

Kierrätys- ja ekodesignalan yrittäjyys

Tekstiili- ja vaatetusalan ekoyrittäjyys ja sen uudet liiketoimintamahdollisuudet

Case Marju Matsin Design

Maiju Salmi

Kaupan ja kulttuurin osaamisala
Liiketalouden opinnäytetyö
Tradenomi

TORNIO 2014

TIIVISTELMÄ

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU, Kaupan ja kulttuurin osaamisala

Koulutusohjelma:	Tradenomi
Opinnäytetyön tekijä(t):	Maiju Salmi
Opinnäytetyön nimi:	Kierrätys- ja ekodesignalan yrittäjyys – tekstiili- ja vaate- tusalan ekoyrittäjyys ja sen uudet liiketoimintamahdollis- suudet
Sivuja (joista liitesivuja):	46 (2)
Päiväys:	15.5.2014
Opinnäytetyön ohjaaja(t):	Jukka Lauri & Marika Saranne
<p>Opinnäytetyön aiheena ovat kierrätys- ja ekodesignalan yrittäjyys ja sen uudet liiketoimintamahdollisuudet. Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia ja selvittää, mitä uusia liiketoiminnan mahdollisuuksia on tullut tekstiilien kierrätyksen ja uusiokäytön ympärille viime vuosina. Samalla kartoitan, mitä ekodesignerin työ vaatii yrittäjältä sekä miten kuluttajien elämäntavat ja arvot ovat muuttuneet viimeisen vuosikymmenen aikana. Lisäksi tavoitteenani on tehdä pohjustavaa selvitystä sille, kuinka ekologista ja eettistä yritystoimintaa voidaan kehittää jatkossa eteenpäin.</p> <p>Ilmastonmuutoksen sekä saasteiden ja jätteiden määrän kertymisen myötä on aika miettiä parempia toimintatapoja hyvin kulutusluontoiselle vaatetus- ja tekstiilialalle, niin alan toimijoille kuin myös kuluttajille. Uuden materiaalin tuotannon sijaan voidaan hyödyntää jo olemassa olevaa materiaalia tai vanhoja vaatteita uusien vaatteiden valmistuksessa. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys on kestävän kehityksen mukaisessa tuotannossa, tässä tapauksessa vaatteiden valmistuksessa. Rajaan tutkimuksen aiheen ekologiseen ja eettiseen yrittäjyyteen tekstiili- ja vaatealalla sekä muuttuneisiin kuluttajien asenteisiin ja käytökseen.</p> <p>Käytän tutkimuksessani kvalitatiivista menetelmää ja tapaustutkimusta. Aineiston keruussa käytän kirjoitettuja lähteitä, kuten esimerkiksi lehtiä, kirjoja ja Internet-lähteitä sekä observointia ja omia muistiinpanoja. Haastattelumenetelminä käytän avointa strukturoitua haastattelua sekä syvähaastattelua.</p> <p>Tutkimuksen tuloksina havaittiin, että ympäristöä kunnioittavat arvot ovat tärkeässä osassa vastuullisen yrittäjyyden ja kuluttamisen kehittymisessä. Kulutuskäyttäytymisen on muuttunut ekologisempaan suuntaan ja sillä on ollut huomattava vaikutus myös kierrätysmuodin menestykseen. Kuitenkin vastuullinen kuluttaminen on vielä marginaali-ilmiö.</p>	
Asiasanat: Kierrätys, kulutuskäyttäytyminen, ympäristöystävällinen yrittäjyys	

ABSTRACT

KEMI-TORNIO UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business and Culture

Degree programme:	Business Administration
Author(s):	Maiju Salmi
Thesis title:	Entrepreneurship in recycling and eco-design industry – eco-friendly entrepreneurship and its new business opportunities in textile and clothing industry
Pages (of which appendixes):	46 (2)
Date:	15.5.2014
Thesis instructor(s):	Jukka Lauri & Marika Saranne
<p>The subject of my thesis is entrepreneurship in recycling and eco-design industry and its new business opportunities. The aim is to investigate and determine what new business opportunities has become around textile recycling and reuse during the last few years. I also observe what it requires working as an eco-friendly entrepreneur and how consumers' lifestyles and values have changed during the last decade. In addition, my goal is to clarify the ground for development of ecological and ethical business in the future ahead.</p> <p>Because of the climate change and the amount of pollution and waste, it is time to think better ways of acting in the very consumptive textile and clothing industry, for stakeholders in the sector as well as consumers. Instead of producing new material, there is a possibility to use already existing material or old clothes in the making of new clothing products. The theoretical frame of reference of this research is in the sustainable production of cloth making. I will confine my research topic on the ecological and ethical entrepreneurship in the textile and clothing sector, as well as to changes in consumer attitudes and behaviour.</p> <p>I used the qualitative methodology and case study in my research. I collect information from written sources, such as magazines, books and online resources and also by observing and making own notes during the whole research. I also used an interview as a method to get information from Marju Matsin who is a local eco-designer.</p> <p>I found as results of the research that environmentally friendly values are in an important part of responsible entrepreneurship and consumerism. Consumer behaviour has changed in the more environmentally friendly direction and has had a significant impact on the success of the recycling fashion. However, the responsible consumption is still a marginal phenomenon.</p>	
Asiasanat: Recycling, consumer behaviour, eco-friendly entrepreneurship	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
SISÄLLYS	4
1 JOHDANTO	6
1.1 Tutkimuksen rajaus, tutkimusongelma ja tavoitteet	6
1.2 Tutkimuksen yleinen toteutus suunnitelma	7
1.3 Tutkimusmenetelmä ja sen perustelu	7
2 KÄSITTEET	9
2.1 Ekologia	9
2.2 Etiikka	9
2.3 Arvot	10
2.4 Ympäristövastuu	10
2.5 Kierrätyksen käsitteiden määrittelyä	10
2.6 Tekstiilijäte	11
2.7 Kestävä kulutus	12
3 EKOLOGINEN JA EETTINEN MUOTI	13
3.1 Vaatteiden merkitys kuluttajille	13
3.2 Ekologisen, eettisen vaatteen sekä kierrätysdesignin määritelmä	14
3.3 Ekologisen ajattelun tausta Suomessa	15
3.4 Ekologisuuden trendi	16
3.5 Suunnittelulla kohti kestävä kehitystä ja kulutusta	17
3.6 Syitä ekologiselle yrittäjyydelle	18
3.7 Eettisen liiketoiminnan ja ekodesignin haasteet	20
3.8 Nykyinen kulutuskäytös	21
3.9 Ohjeita ekologiseen ja eettiseen kuluttamiseen	24
4 MUITA EKOLOGISIA JA EETTISIÄ LIIKETOIMINTAMUOTOJA	26
4.1 Ompelimoiden palvelut	26
4.2 Vaatelainaamot ja pukuvuokraamot	27
4.3 Kierrätyskeskukset, kirpputorit ja vintage-liikkeet	28
4.4 Kuluttajille suunnatut tuunauspajat ja kierrätystapahtumat	29
5 CASE: MARJU MATSIN DESIGN	31
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	35

7	POHDINTA	38
	LIITELUETTELO	45

1 JOHDANTO

Tämän liiketalouden opinnäytetyön aiheena ovat kierrätysmateriaalien käyttöön perustuva ekologinen yrittäjyys tekstiili- ja vaatetuslalla ja sen uudet liiketoimintamahdollisuudet. Ilmastonmuutoksen, saasteiden ja jätteiden määrän kertymisen myötä on aika miettiä parempia toimintatapoja hyvin kulutusluontoiselle vaatetus- ja tekstiilialalle, niin alan toimijoille kuin myös kuluttajille. Muodin aiheuttama liikkakulutus on teollistuneissa länsimaissa jo vakava ongelma, ja sitä olisi pyrittävä vähentämään kaikin keinoin. Suunnittelijat ovat huomanneet, että käytössä hyvänä pysynyt materiaalia kannattaa käyttää uudelleen tuotteiden valmistuksessa, etenkin kertaalleen todistetun vahvan laatuensa vuoksi. Muitakin syitä kierrätysmateriaalien käyttöön on ja käsittelen myös näitä syitä opinnäytetyössäni. Viime vuosina ympäristöä ja eettisiä tekijöitä kunnioittava vaatemuoti on alkanut kiinnostaa myös kuluttajia. Suunnittelijoiden, mutta etenkin myös kuluttajien muuttuneet elämäntavat ja arvot ovatkin olleet avainasiassa vaikuttamassa tämän trendi-ilmiön syntyyn.

Kierrätyksen suosio ja kiinnostavuus on nähtävissä myös kuluttajien omassa toiminnassa, muun muassa kierrätysmateriaalien käytössä harrastuksissa, kuten esimerkiksi vaatteiden ompeluna ja vanhojen vaatteiden muokkaamisena. Opinnäytetyössäni tuon esille ekologisella ja eettisellä tekstiili- ja vaatetuslalla olemassa olevia liiketoimintamuotoja ja palveluja sekä tutkin muuttunutta kuluttajakäyttäytymistä ja kuluttajien asenteita eettistä, ekologista muotia kohtaan.

1.1 Tutkimuksen rajaus, tutkimusongelma ja tavoitteet

Tutkimukseni teoreettinen viitekehys on kestävän kehityksen mukaisessa tuotannossa, tässä tapauksessa vaatteiden valmistuksessa. Rajaani aiheeni ekologiseen ja eettiseen yrittäjyyteen tekstiili- ja vaatetuslalla sekä muuttuneisiin kuluttajien asenteeseen ja käytökseen. Case-yrityksenä opinnäytetyössäni on Haaparannalla sijaitseva Marju Matsin Design. Tavoitteenani on tehdä myös pohjustavaa selvitystä siitä, miten ekologista ja eettistä yrittäjyyttä voidaan edistää jatkossa ja osoittaa, että tänä päivänä tällaista liiketoimintaa todella tarvitaan.

Tutkimuskysymyksiäni ovat seuraavat:

- Millainen yrittäjä haluaa perustaa ekologisesti ja eettisesti toimivan yrityksen?
- Millaista liiketoimintaa esiintyy ekologisen ja eettisen vaateyrittäjyyden parissa?
- Miten kuluttajien elämäntavat ja arvot ovat muuttuneet viimeisen vuosikymmenen aikana? Miten tämä muutos vaikuttaa liiketoimintaan?

1.2 Tutkimuksen yleinen toteutussuunnitelma

Etsin tietoa opinnäytetyötäni varten lukemalla kirjallisuutta, artikkeleita, Internet-lähteitä ja seuraamalla ajankohtaisia medialähteitä. Ekologisuudesta on paljon erilaisia, suhteellisen tuoreita tutkimustuloksia ja muutakin materiaalia saatavilla. Myös käsityöyrittäjyyttä käsittelevää kirjallisuutta on julkaistu kiitettävästi. Pääpiirteittäin paneudun aiheeseeni tutkimalla aiheesta julkaistua tietoa ja haastattelemalla paikallista ekodesignyrittäjää. Näillä metodeilla hankin tietoa tutkimusongelmaani liittyen. Kirjoitan myös muistiinpanoja aiheesta. Valitsen omaan aiheeseeni sopivaa tietoa ja karsin siitä aiheeseen liittymättömän tiedon pois. Hyödynnän myös omaa aiempaa, harrastukseen pohjautuvaa tietämystäni ekodesignista, muodista ja tuunauksesta. Uskon tutkimusongelmaani löytyvän ratkaisun näitä tietoja analysoimalla ja yhdistelemällä. Aihe on laaja ja siitä löytyy paljon tietoa, joten on tärkeää osata karsia turha tieto pois. Aion päästä tavoitteeseeni haastattelun ja tiedonhaun kautta.

1.3 Tutkimusmenetelmä ja sen perustelu

Käytän tutkimusmenetelmänäni kvalitatiivista tutkimusotetta. Lähtökohtana laadullisessa tutkimuksessa on todellisen elämän kuvaaminen (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 161). Tavoitteena laadullisessa tutkimuksessa on tulkinta, ymmärtäminen ja merkityksenanto (Anttila 2000, 180). Opinnäytetyöni kertoo ekologisesti ja eettisesti yrittäjyydestä tekstiili- ja vaatetusalailla. Aihe liittyy ajankohtaisesti kasvavaan jätteiden määrään ja ympäristöongelmiin sekä vaatteiden liikakulutukseen. Näihin ongelmiin on löydettävä ratkaisut, sillä planeettamme kantokyky on jo nyt äärirajoilla. Yksi ratkaisu on-

kin materiaalien kierrättäminen tekstiili- ja vaatetusalan tuotteiden uusiokäyttömateriaaleiksi. Käsittelen tutkimuksessani näitä ratkaisuja ja niiden ympärille kehittynyttä liiketoimintaa.

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusta tehdään erilaisilla kyselyillä ja haastattelumenetelmillä, dialogeilla, havainnoinnilla tai muilla aineistonkeruumenetelmillä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71–87). Laadulliselle tutkimuksen aineistonkeruussa suotavaa on, että se on monikanavaista ja että mukana on haastatteluja, observointia, tutkijan omia muistiinpanoja ja autenttisia asiakirjoja (Anttila 2000, 185). Lopuksi kerätty aineisto analysoidaan sanallisesti (Tuomi ym. 2009 71–87). Käytän menetelminä tutkimuksessani haastattelua, keskustelua sekä kirjoitettuja lähteitä. Teen lisäksi aktiivisesti muistiinpanoja materiaalia tutkiessani. Kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on pikemminkin löytää ja paljastaa tosiasioita kuin osoittaa todeksi jo olemassa olevia väittämiä (Hirsjärvi ym. 2010, 161).

Yksi käyttämästäni menetelmistä on tapaustutkimus, jonka kohteena haastattelen Marju Matsinia, Haaparannalla työskentelevää ekodesigneria. Pyrin hänen kauttaan saamaan henkilökohtaista syvempää näkemystä ja asiantuntijan tietämystä aiheeseen. Matsinin yrityksen kautta havainnollistetaan myös tällaisen liiketoiminnan tilannetta ja kysyntää Kemi-Tornion alueella. Haastattelen Marju Matsinia kaksi kertaa. Ensimmäinen haastattelu on osittain strukturoitu ja kysymykset ovat avoimet. Tavoitteenani on tutustua Matsinin taustoihin sekä hänen yrityksensä tuotteisiin ja toimintatapoihin. Toisella kerralla teen haastattelun syvähaastatteluna käyttäen haastattelun tukirankana valmiita kysymyksiä. Anttila (2000, 232) määrittelee syvähaastattelun tietoiseksi keskusteluksi, joka tarkoittaa aineiston kokoamista tilanteessa, jossa paneudutaan asiaan syvällisemmin kuin tavallisessa keskustelussa. Syvähaastattelussa pohditaan esimerkiksi asenteita, tunteita ja näkemyksiä. Haastattelijalla pitää mielessään ainoastaan muutaman pääaiheen, joilla hahmotellaan kulkua keskustelulle. Toukokuussa 2014 haastattelen Matsinia toisen kerran, tällä kertaa haastattelu on syvällisempi ja otteeltaan ensimmäistä haastattelua keskustelevampi.

2 KÄSITTEET

Opinnäytetyön aiheeseen liittyi muutamia monimutkaisia käsitteitä, jotka esittelen tässä kappaleessa tarkemmin selvyiden vuoksi.

2.1 Ekologia

Termi ekologia tulee vanhan kreikan sanoista oikos (talo) ja logos (oppi). Vilka (1996, 7) mainitsee Yrjö Hailan ja Richard Levinsin määrittelemät neljä erilaista käsitystä termille ”ekologia”. Haila ja Levins ovat määritelleet, että ekologialla voidaan tarkoittaa niin luonnon kokonaisuutta, tiedettä, ideaa tai ideologiaa kuin yhteiskunnallista liikettä. Ekologia luonnon kokonaisuutena painottaa ajatusta luonnon taloudesta lähtökohtana ihmiskunnan olemassaololle. Tieteenä ekologia näkee biologisten tieteiden merkittävän aseman luonnon talouden tutkimisessa. Ideologiana se tarkoittaa ihmiselämän normina olevien sääntöjen johtamista luonnon laeista tai tapahtumista. Ekologia yhteiskunnallisena liikkeenä assosioituu tähän siten, että poliittista toimintaa käytetään keinona yhteiskunnan muuttamisessa ekologisemmaksi, eli toisin sanoen ympäristöystävällisemmäksi. Tällä tavoin alun perin biologiaan liittyneen termin käyttö on levinnyt osaksi yhteiskunnallista kielipeliä. Kaaron ja Nolandin (2000, 88) mukaan ekologisen ajattelutavan idea on tavaroiden kestävyudessa, pitkäikäisyydessä ja uudelleenkäytössä, mutta maailman lakiin yksinkertaisesti kuuluu se, että esineet kuluvat ja menevät rikki jossain vaiheessa elämänkaartaan vaikka mitä tekisi.

2.2 Etiikka

Etiikka on monitieteellinen tieteiden ala, joka valottaa ja tutkii tieteellisesti ihmisen tekojen ja tekemättä jättämisten, tavoitteiden ja arvostuksien hyväksyttävyyttä, hyvää ja oikeaa tai moitittavuutta, pahaa ja väärää sekä sitä, miten asioiden pitäisi olla tai ei pitäisi olla tietoutteen pohjautuen. Käytännössä etiikka on osittain moraalioppia oikeasta ja väärästä sekä hyvästä ja pahasta. Etiikka tarkoittaa arvoperusteita, tapaa ja tottumusta, jotka sinänsä ovat ohjeita. (Heikkonen 1995, 16.)

2.3 Arvot

Arvo on asia, jota pidämme ensiarvoisena. Arvot ovat valintoja, ihminen tekee valinnan arvojensa mukaisesti ja ilman valintoja ei ole arvoja. Arvoihin liittyvät sekä järki että tunteet. Arvot voidaan jakaa arkiarvoihin ja eettisiin arvoihin. Arkiarvoja voivat esimerkiksi olla oma näkökulma, oma etu ja tekeminen. Niille yleistä on, että ne ovat helposti opittavia, tilannekohtaisia ja vaihtuvia. Eettiset arvot ovat itseisarvoja, pysyviä ja vaikein opittavia. Ne vastaavat tarpeeseemme olla jotain ja kuulua johonkin. Henkinen taso, sivistys ja yhteinen etu ovat esimerkiksi eettisiä arvoja. (Aaltonen & Junkkari 1999, 60–65.)

2.4 Ympäristövastuu

Ympäristövastuussa otetaan vastuuta ekologisesta ympäristöstä. Yritysnäkökulmasta keskeisiä kysymyksiä ovat säästeliäs ja tehokas luonnonvarojen käyttö, vesistöjen, ilman ja maaperän suojelu sekä luonnon monimuotoisuuden turvaaminen. Samalla otetaan vastuu tuotteen koko elinkaaren aikaisista ympäristöön kohdistuvista vaikutuksista. Ympäristönsuojelu kuuluu olennaisena osana kaikkeen yritystoimintaan. Yrityksen velvollisuus on noudattaa ympäristölainsäädäntöä ja toimintaa koskevia lupaehtoja ja muita määräyksiä sekä kantaa vastuu toimintansa ympäristövaikutuksista. Yritykset vaikuttavat seuraaviin maailman ympäristöongelmiin: maapallon kantokyvyn rajat, uusiutumatomien luonnonvarojen rajallisuus sekä uusiutuvien luonnonvarojen tuotannon rajallisuus. Teollisuuden keskusliiton mukaan ympäristönsuojelu on myös hyödyllinen menestystekijä yritykselle. Sen taso vaikuttaa merkittävästi asiakkaiden, ympäristön asukkaiden ja viranomaisien mielikuvaan yrityksestä. Erinomaisesti hoidettu ympäristönsuojelu vaikuttaa osaltaan yrityksen toiminnan hyväksyttävyyteen. (Lappalainen 2008, 8–18.)

2.5 Kierrätyksen käsitteiden määrittelyä

Kierrätys on vakiintunut suomen kielessä yläkäsitteeksi, joka sisältää sekä energian ja raaka-aineiden uudelleenkäytön että tuotteiden ja niiden materiaalien uudelleenkäytön

sekä uusiokäytön. Uusiokäyttö on tuotteen materiaalin käyttöä uudelleen joko tekstiili- tai muun teollisuuden raaka-aineeksi. Ulla Suojasen (1997, 8–9) mukaan tekstiilien kulluttajan kannalta kierrätys kattaa käytöstä poistettujen tuotteiden

- uudelleenkäytön sellaisenaan, esimerkiksi edelliselle käyttäjälle pieneksi käyneen vaateen käytön uudelle käyttäjälle
- käytön korjattuna tai muunneltuna, esimerkiksi kuluneen tai vanhanaikaisen vaatteet korjaaminen ja muodistaminen
- materiaalin käytön sellaisenaan uusiin tarkoituksiin, esimerkiksi räsymatoksi tai tilkkutäkiksi.

Uudelleenkäyttö tarkoittaa, että tuotetta sellaisenaan käytetään monta kertaa. Kierrätys eli uusiokäyttö puolestaan tarkoittaa, että tuotteen sisältämää materiaalia käytetään teollisuudessa uuden tuotteen raaka-aineena. (Koski & Komulainen 2004, 21.) Ympäristönmyötäisestä muotoilusta ja kierrätysdesignista on monta nimeä. Vierasperäiset termit ovat ekodesign, redesign, trashion ja re-make ja kotoperäisemmät uusiokäyttö ja kierrätysmuoti. (Suomen käsityön museo 2008, hakupäivä 4.12.2012.)

2.6 Tekstiilijäte

Vaatteiden tuotantomenetelmistä on puhuttu paljon viime aikoina, mutta mitä vaatteille tapahtuu sen jälkeen, kun ne joutuvat pois käytöstä? Suomessa syntyy tekstiilijätettä noin 120 miljoona kiloa vuodessa eli noin 24 kiloa asukasta kohti. Sitä syntyy melkein saman verran kuin metalli- ja puujätettä, mutta sen kierrätysmahdollisuudet ovat yksi yhdyskuntajätteen huonoimmista. (Pyy 2012, 85.) Vaatteiden jäteseuraukset eivät lopu siihen, kun ne heitetään käytön jälkeen pois. Poisheittämisen jälkeiset päästöt voivat jopa olla suuremmat kuin tuotteen valmistuksen ja käytön aikaiset päästöt. Yksi kilogramma tekstiilijätettä aiheuttaa kaatopaikalla kolme kilogrammaa hiilidioksidipäästöjä eli kasvihuonekaasuja. Tästä johtuen käytöstä poistetut vaatteet ja tekstiilit tulisi kierrättää oikeaoppisesti joko laittamalla ne erilliseen tekstiilinkeräysastiaan tai energiajätteen sekaan, jonka jälkeen jäte käsitellään uudelleen käyttöön tai poltetaan. (Antila 2008, 77–

79.) Vaihtoehtoisesti osaa tästä tekstiili- ja vaatejätteestä voidaan hyödyntää myös vaatealan ekomuodin parissa.

2.7 Kestävä kulutus

Kestävä kulutus säästää luonnonvaroja. Kestävä kulutus on määritelty kulutukseksi, joka kuluttaa vähän raaka-aineita ja energiaa. Se perustuu uusiutuviin energianlähteisiin ja aiheuttaa mahdollisimman vähän päästöjä. Tavoitteena on, että jätettä syntyy vähän ja että syntynyt jäte on mahdollista kierrättää. Kestävä kulutus on turvallista niin tuottajien, kuluttajien kuin ympäristön kannalta ja se ottaa huomioon myös kehitysmaiden ja tulevien polvien tarpeet. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2012, hakupäivä 1.12.2012.)

3 EKOLOGINEN JA EETTINEN MUOTI

Vaatteilla on olennainen osa nykyihmisen elämässä. Niillä on myös syvempi merkitys kulttuurissamme kuin vain vartalon peittäminen tai pitäminen lämpimänä. Vaatteillaan ihmiset viestivät asioista ja niitä käytetään esimerkiksi statuksen osoittamiseen ja oman persoonallisuuden korostukseen. Vaikka muoti onkin pohjimmiltaan henkilön identiteetin etsintää, siihen on sekoittunut myös kaupallista manipulaatiota, sillä muodin muutoksia pyritään ohjailemaan mainoksilla ja trendiennusteilla. Sosiaalinen tärkeys tekee vaatteista oivan myynti- ja kulutusartikkelin. Yhä tiheämmin vaihtuvien trendien kautta teollisuus päättää tuotteiden sekä kulutuksen laadun ja määrän. Muodin aiheuttama liikkakulutus onkin muodostunut jo vakavaksi ongelmaksi teollistuneissa länsimaissa. (Paakkunainen 1995, 9.) Jo yli kymmenen vuotta alalla toiminut Globe Hope on kotimaisia pioneerejamme ekologisen ja eettisen vaatevalmistuksen saralla. Globe Hopen perustaja ja suunnittelija Seija Lukkala kysyykin: ”Miksi kaikki vaatteet pitäisi tuottaa aina uudesta neitseellisestä materiaalista, vaikka ympärillämme riittää hyvää käytöstä poistettua materiaalia?” (Tegelberg 2007, 7.)

3.1 Vaatteiden merkitys kuluttajille

Judith Attfieldin (2000, 121–148) mukaan tuotteet toimivat yhtenä välineenä ihmisen identiteetin rakentamisessa. Vaatteet ja tekstiilit ovat erityisen kiinnostavia, koska niitä käytetään ihoa vasten ja ne ovat ihmisen sisäisen ja ulkoisen maailman välissä. Niiden avulla voidaan myös vaikuttaa ihmisen ulkoiseen olemukseen. Attfieldin pohdinta päättyy siihen, että ihminen käyttää aineellista kulttuuria identiteettinsä rakentamisen välineenä varhaislapsuudestaan alkaen. Ihminen myös siirtää arvonsa tuotteisiin ja luo niihin voimakkaan yhteyden. Tämä prosessi johtaa tuotteiden luovaan käyttämiseen itseilmaisun välineenä ja kuluttajan syntymiseen. Vaatteita voidaan siis kuluttaa myös symbolisesti, jolloin niitä ei osteta vain yksilön tarpeeseen vaan ostamisella halutaan osoittaa käyttäjän olevan vaikkapa nuorekas, ekologinen, eettinen tai varakas. Kuluttajille tuotteet merkitsevät jotain muutakin kuin ratkaisua johonkin käytännön tarpeeseen. Kulutus on kulttuuri-ilmiö, ja tavarat kertovat kulttuurisia merkityksiä. Tuotteet saavat merkityksensä siten, että merkitys irrotetaan maailmasta ja siirretään tavaroihin ja tava-

roiden kautta merkitys siirtyy käyttäjään. Merkityksiä välitetään keskeisesti mainonnan ja muodin välityksellä. (Luutonen 2002, 76–77.)

3.2 Ekologisen, eettisen vaateen sekä kierrätysdesignin määritelmä

Vaatesuunnittelija Anniina Nurmen määrittelee ekologisen vaateen näin: ”Vihreä vaate on ekologinen ja eettinen koko elinkaarensa ajalta.” Pelkästään ekologisen vaateen määritelmän mukaan tuotteen koko elinkaari kuormittaa ympäristöä mahdollisimman vähän ja tuotannossa kulutetaan mahdollisimman vähän energiaa, luonnonvaroja ja haitallisia kemikaaleja. Tämän lisäksi vaate on laadukas ja designiltaan pitkäikäinen. Eettisyyden takaaminen sen sijaan on hieman haastavampi asia. Eettinen vaate on arvojen puolesta valmistettu niin ihmisiä kuin eläimiäkin kunnioittaen, ja työntekijöillä on turvalliset työolosuhteet sekä kohtuudenmukaiset työajat. Lisäksi työntekijät saavat reilun korvauksen työstään ja lapsityövoiman käyttö on kielletty. (Nurmi 2011, hakupäivä 14.12.2012.) Eettinen ja ekologinen muoti eroaa massamuodista siinä, että vaatteet ovat kestävämpiä ja materiaalit, vaatteiden tuotanto sekä kuljetus ovat eettisiä (Maaranen 2010, hakupäivä 24.5.2012).

Kierrätysdesignin määritelmään kuuluu myös, että raaka-aineena on jättemateriaali. Perinteisten design tuotteiden tavoin kierrätysdesign tähtää laatuun, käytettävyyteen ja pitkäikäisyyteen. Uusien tuotteiden suunnittelun lähtökohtana ovat jättemateriaalin ominaisuudet ja muotokieli, sillä prosessi on perinteisestä muotoiluprosessista poiketen materiaalilähtöinen. (Suomen käsityön museo 2008, hakupäivä 4.12.2012.) Materiaali siis määrää, mitä siitä voidaan saada aikaan. Kierrätys suunnittelija ei voi myöskään valita automaattisesti materiaaliensa värejä täysin toiveidensa mukaisesti. Kun alkuperäinen käyttötarkoitus muutetaan, saadaan aikaan täysin uusi tuote. (Pyy 2012, 46.) Kierrätysmateriaalin käytöstä huolimatta tuotteet näyttävät designilta eivätkä jätteeltä, vaikka niiden materiaalit hankitaan muun muassa kierrätyskeskuksista ja kaatopaikoilta. Ideologiset tuotteet sisältävät viestin niin jätteiden kertymisestä kuin viestin siitä, että luovuuden avulla ongelmia voidaan myös ratkaista. (Suomen käsityön museo 2008, hakupäivä 4.12.2012.)

Kierrätysdesignissa suunnittelija tuo vanhan vaateen elämän esille, vaikka se silti jääkin pinnan alle. Vaaran (2010, 42) mukaan kierrätetyt vaatteet ovat jotain menneisyyden ja tulevaisuuden, katumuodin ja huippumuodin välimaastossa. Globe Hopen perustanut Seija Lukkala tietää, ettei pelkkä vastuullisuus riitä kuluttajille ekomuodin ostoperusteeksi. Myös designin täytyy olla moitteetonta, jotta tuotteet miellyttävät kuluttajia ja niitä ostetaan. ”Meidän menestyksemme kulmakivet ovatkin ekologisuus ja esteettisyys” Lukkala sanoo yrityksestään. (Kahri ym. 2010, 83.) Luutosen (2002, 91) mukaan kuluttajat arvostavat suomalaisessa käsityötuotteessa sen ideaa, laadukkuutta, esteettisyyttä, yksilöllisyyttä ja luonnonmateriaalien käyttöä sekä käytännöllisyyttä.

3.3 Ekologisen ajattelun tausta Suomessa

Pula-aikaa, eli säännöstely-taloutta elettiin vuosina 1939–1954 (Zetterberg 2003, 922–923). Silloin nimensä mukaisesti kaikesta materiaalista oli pulaa. Pakon alla hyvä elämä oli saatava niukkuudesta ja siihen vaadittiin luovuutta ja mielikuvitusta. Raija Puukko (2010, 175) esittääkin, että mahdollisesti idea kierrätyslähtöisen materiaalin hyödyntämisestä uusien tuotteiden valmistuksessa on lähtöisin jo näiltä ajoilta. Suojanen (1997, 60) mainitsee kirjassaan ”Vihreät tekstiilit”, että eräässä 1950-luvulla julkaistussa kirjassa (Teerisuo 1952, 10) opastetaan tarkasti, kuinka käyttöön kelpaamattomat vaatteet puretaan ja miten purettu materiaali puhdistetaan ja säilytetään tulevaa käyttöä varten.

Todellisuudessa ei ole pitkäkään aika siitä, kun Suomi sopeutui nopeasti vähäiseen kulutustasoon ja suurelta osin vaihdantatalouteen. Sotien aikaisessa ja jälkeisessä Suomessa osattiin vielä elää ilman ylellisyystarvikkeita. Myös yksityisautoilu väheni roimasti, käytettiin varmoja viljelymenetelmiä, opittiin käyttämään korvikkeita ja samoja materiaaleja uudelleen, sisäistettiin säästämisen pohjimmainen ajatus. Ulkoisesti elämä muuttui vaatimattommaksi, mutta yleiset mielialat ja henkinen vireys paranivat pula-aikana niin, että itsemurhat lähestulkoon lakkasivat. Kansan fyysinen terveyskin koheni. Muutos ei kuitenkaan tapahtunut vapaaehtoisesti, vaan sodan pakottamana. Jussilan (1996, 62) mukaan ihmisluonto on taipuvainen jääräpäiseen itsepetokseen ja vain harva luopuu vapaaehtoisesti elämän ylellisyyksistä. Siksi olisikin naiivia ajatella, että enemmistö ihmisistä pidättäytyisi niin sanotuista saavutetuista eduista muuten kuin pakon edessä. Silloin sen kyky sopeutua on kyllä erinomainen. Jussilan mukaan ihmiskunnan

taloudellisten toimien säätely näyttää tässä valossa tarpeelliselta. Kestävä ja kierrätysmateriaaleja hyödyntävä järjestelmä antaa meille lisää aikaa tällä planeetalla (Puukko 2010, 175). Puukon (2010, 7) mukaan tämä aika jää historiaan valintojen aikakautena, jolloin tietoisesti valitsimme ympäristöystävällisen elämäntavan.

3.4 Ekologisuuden trendi

Monien lähteiden mukaan ekologisuus on edelleen voimistuva megatrendi. Toisaalta luonnonvarojen niukkuus on luova voima, joka kannustaa uudenlaisten tuotteiden ja palvelujen kehittämiseen. (Aaltonen 2013.) Kierrätystoimintaa harjoittavan yrityksen Stena Recyclingin (2013, hakupäivä 24.2.2014) mukaan jäte ei ole ongelma, vaan yksi tärkeimmistä resursseista aikakautena, jolloin raaka-aineista, energiasta, puhtaasta ilmasta ja vedestä alkaa olla pulaa.

Ekologisuuden trendin leviäminen näkyy myös vaatetusosalalla. Tekstiili- ja vaatetusteollisuus ry Finatexin toimitusjohtajan Satu Mehtälän mukaan ekologisuus on suomalaisen vaatetusteollisuuden uusi arvo. Ekologisuuden myötä kotimaisen vaatevalmistuksen mahdollisuudet ovat parantuneet kovassa kansainvälisessä kilpailussa. (Ekologia pukee vaateteollisuutta 2009, hakupäivä 8.4.2014.) Entinen muotisuunnittelija, nykyinen kestävän muodin promoottori Sass Brown (2010, 11) toteaa kirjassaan *Eco Fashion*, että muoti ja eettiset arvot ovat alkaneet sopia luontevasti samaan lauseeseen vasta viime aikoina. Globe Hopen mukaan (Tegelberg 2007, 7) designin ja kierrätyksen yhdistäminen on myös tulevaisuuden juttu ja se tulee olemaan jatkossakin esillä. Ympäristön huomioiminen kuuluu vastuuntuntoiseen ja maailmanlaajuiset ongelmat tiedostavaan kuluttamiseen. Vallitsevan ympäristöystävällisyyden ja vastuullisuuden trendin myötä nykyään suhtaudutaan suvaitsevammin henkilöihin, jotka haluavat omilla valinnoillaan vaikuttaa niin yrityksien tuotantoon ja toimintatapoihin kuin myös ympäristön hyvinvointiin. Kulutus- ja ympäristökysymykset ovat esillä, ja Goa von Zweygbergin mukaan se näkyy myös asiakkaiden suhtautumisessa. Kuvataiteilija ja redesign-suunnittelija von Zweygberg on valmistanut jo parinkymmenen vuoden ajan vaatteita jättemateriaalista. Kuitenkin vasta nyt hänestä tuntuu, että niitä myyvä liike voi menestyä Helsingissä, kun taas Lontoossa ja Berliinissä tällaisia liikkeitä on ollut olemassa jo vuosikausia. (Kytöharju 2008, hakupäivä 3.4.2013.)

Ammattiopisto Lappian opettajien Anne Tryykin ja Seija Kimmelin mukaan vaatetusala kiinnostaa muutenkin nuoria ja aikuisia nyt ja tulevaisuudessa, sillä kestävän kehityksen arvostuksen myötä myös käsillä tekeminen on kokenut uuden arvonnousun. ”Lisäksi nuorten suomalaisten suunnittelijoiden esilletulo on lisännyt suomalaisen vaatetuksen arvostusta.” sanovat Tryyki ja Kimmel. (Mattila 2012.)

Globe Hopen perustajan Seija Lukkalan mukaan yhä useampi kuluttaja haluaa ottaa kantaa ympäristön puolesta omilla valinnoillaan, mutta omasta tyylistä ja mieltymyksistä kauniisiin vaatteisiin halutaan pitää kiinni. Näistä asioista ei Lukkalan mielestä tarvitsakaan luopua, sillä esteettisyys on ihmisille tärkeää. Vaatteiden on lunastettava paikansa normaaleilla perusteilla, ympäristöystävällisyys ei yksinään riitä. (Kahri, Kahri & Mäkinen 2010, 83.) Yritys palkittiinkin vuonna 2006 kulttuuriministerin ja valtiovallan myöntämällä Suomi-palkinnolla. Seija Lukkala sanoo Suomi-palkinnon kertovan siitä, että yrityksen eettisellä toiminnalla nähdään syvällistä merkitystä kulttuurillisestikin eikä vain vaatteina. (Tegelberg 2007, 7.) Lapin yliopiston muodin ja vaatetuksen professorin Marjatta Heikkilä-Rastaan (2007, 8) mukaan kierrätysmateriaalien käyttäminen ja kestävä suunnittelu on yhä hyväksyttävämpi toimintatapa yhteiskunnassamme.

3.5 Suunnittelulla kohti kestävästä kehitystä ja kulutusta

Paakkunaisen (1995, 10) mukaan kestäväan kehitykseen liittyvä kestävä kulutuksen strategia on kaksijakoisen kierron tehostaminen. Tämä tarkoittaa tuotannon ja kulutuksen entropiavaikutusten vähentämistä. Entropiavaikutuksia ovat esimerkiksi jätteen määrä, materiaalinkulutus ja energiankäyttö. Kaksijakoisen kierron tehostamisella tarkoitetaan myös vaatemuodin kierron hidastamista. Tällöin samoista tuotteista saadaan enemmän irti, kun ne ovat ajattomia, muunneltavia ja laadukkaita, jolloin vaatteita on mahdollista tuottaa vähemmän. Vaatteita tulee kohdella entistä materialistisemmin, eli säästään, säilyttään ja huoltaen. Paakkunainen sanoo ympäristöasioiden ohella kestäväan kehityksen tavoitteita olevan ihmisten tasa-arvoisuuden, terveyden ja hyvinvoinnin lisääminen. Hän katsoo osaksi hyvinvointia kuuluvan myös rikkaan kulttuurin, jossa pukeutumiskulttuurilla on olennainen osa. Jotta ankarat ekologiset vaatimukset ja sitä kautta kulutuksen vähentäminen eivät latistaisi pukeutumiskulttuuria, olisi pukeutumi-

sen monimuotoisuuden kehittämiseksi keksittävä muita keinoja kuin kulutuksen lisääminen ja muodikkisuuden korostaminen. Esimerkiksi luovuuden käytöllä ja estetiikan tajun kehittämisellä voidaan vähentää muodin merkitystä pukeutumisessa. Vaatteiden monikäyttöisyys puolestaan sovittelee muodikkisuuden ja ekologisuuden välistä ristiriitaa. (Paakkunainen 1995, 11.) Ekologiseen muotiin liittyy myös termi *hidas muoti*, jossa keskeisintä on suunnitella ajattomia vaatteita pitkäaikaiseen käyttöön ja ottaa suunnittelussa huomioon vaatteiden elinkaari. Hitaan muodin ideologiaan kuuluu myös olemassa olevien mallien kehitys ja se, ettei uusia kokoelmia valmisteta puolivuositain (von Zweyberg 2012, hakupäivä 2.4.2013). Hitaaseen muotiin liittyvät mittatilauksena tehdyt vaatteet, pitkäikäiset tuotteet, uudet määritelmät luksukselle sekä käsityön arvostaminen. Olennaisena osana hitaaseen muotiin kuuluvat klassikkovaatteet, jotka ovat irtautuneet ajastaan ja muodin vaihtelusta. Ne ovat aina tyylikkäättä käyttää. (Vaara 2010, 33–34.)

3.6 Syitä ekologiselle yrittäjyydelle

Ekologinen yrittäjyys vaatii omanlaisensa arvot ja vakaumuksen, aivan eri tavalla kuin niin sanottu perinteinen yrittäjyys. Ympäristöystävällistä yritystoimintaa toteuttavalla yrittäjällä onkin todennäköisesti useampia ekologisia ja eettisiä periaatteita tai toimintatapoja. Nämä periaatteet ovat usein perimmäisenä syynä sille, miksi yrittäjä on alun perin valinnut juuri ekologisen toimintatavan.

Yksi syy ympäristöystävälliselle yrittäjyydelle voi olla kestävän kehityksen tukeminen. Esimerkiksi Globe Hope on sitoutunut noudattamaan kestävän kehityksen periaatteita ja pyrkii kaikessa toiminnassaan eettisyyteen ja ekologisuuteen (Tegelberg 2007, 7). Globe Hopen perustaja Seija Lukkala innostui alun perin kierrätysmateriaalien käytöstä, koska maapallon tila aiheutti hänelle huolta. Ympäristöystävällisestä yrittäjyydestä saa hyvän omatunnon. (Kahri ym. 2010, 82.) Lukkala on sanonut ekoyrittäjyytensä alkutai-paleesta näin: ”Aloin tosissani miettiä tapaa, jolla voisin käyttää omaa osaamistani mahdollisimman hyvällä omallatunnolla. Olin ollut tahtomattani mukana kulutusrumbassa, kiihdyttämässä turhaa materiaalien ja luonnonvarojen käyttöä. Tuolloin tajusin, että voisin tehdä asiat toisin. Ajattelin, että maailmassa on jo liikaa tavaraa, enkä haluaisi tuottaa sitä enempää. Näin syntyi vähitellen ajatus kokonaan kierrätysmateriaalista

valmistetuista vaatteista ja asusteista.” Lukkalan kierrätysbisnes on massatuotantoon perustuvaa, mikä poikkeaa alan yleensä pienimuotoisesta tuotannosta pienine mallistoineen ja uniikkituotteineen (Kahri ym. 2010, 82). Jätteiden käyttö designtuotteiden materiaaleina ei takaa kuitenkaan automaattisesti ympäristöystävällisyyttä, sillä tuotteet aiheuttavat ympäristövaikutuksia koko elinkaarensa aikana, niin valmistuksessa, käytössä kuin hävittämisessä. (Suomen käsityön museo 2008, hakupäivä 4.12.2012.) Yksi peruste ekologiselle ja eettiselle yrittäjyydelle voi olla halu vähentää materiaalin tuotantoon liittyviä haittoja ja jäteseurauksia. Tekstiilien valmistuksessa suurimmat ympäristöhaitat aiheutuvat raaka-aineiden valmistusprosessissa, kuten puuvillan viljelystä, tekokuitujen valmistuksesta ja tekstiilien värjäys- ja viimeistelyprosesseista. Langan ja kankaiden valmistus tai vaatteiden ompelu sen sijaan eivät tuota merkittäviä ympäristöhaittoja. Ympäristövaikutusten kannalta on vaikeaa laittaa luonnonkuituja ja tekokuituja paremmuusjärjestykseen, sillä niiden valmistuksen vaikutukset ympäristöön ovat erilaisia. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2012, hakupäivä 1.12.2012.) Kosken ja Komulaisen (2004, 20) mukaan uusiomateriaalien käyttö kuluttaa kuitenkin yleensä vähemmän luontoa.

Materiaalien kierrättäminen voi olla suunnittelijalle myös ekologinen kannanotto ja osa kestävästä elämäntapaa, kuten ekotaiteilija Raija Puukko sanoo kirjassaan ”Anna hyvän kiertää” (2010, 6). Ekologinen elämäntapa voidaan omaksua omilta vanhemmilta, jolloin se on ollut elämäntapana jo lapsesta asti. Suunnittelijalle käsillä tekeminen ja ekologinen ajattelutapa voivat juontaa juurensa lapsuudesta, kuten Seija Lukkalan (Tegelberg 2007, 7) ja Marju Matsinin tapauksessa. Kotona äiti tai mummo on tehnyt käsitöitä ja suunnittelija on oppinut tältä tekemisen taidon ja arvostamaan vanhaa. Käytetystä materiaalista tekeminen on myös positiivisella tavalla haastavampaa kuin koskemattoman materiaalin käyttäminen (Tegelberg 2007, 7). Tämän vuoksi työssä saa käyttää runsaasti mielikuvitusta (Kytöharju 2008, hakupäivä 3.4.2013). Suunnittelijalla voi myös yksinkertaisesti olla halu työstää pelkästään kierrätysmateriaalia, kuten Goa von Zweybergkilla. Vaatesuunnittelijana ja taitelijana vaikuttavan von Zweybergkin mukaan materiaalina kiinnostavia vaatteita ovat ne, joita on kierrossa liikaa. ”Ne ovat ongelmajätettä. Uuden mallin syntyminen merkitsee siten ekologista ja paikallista ratkaisua yhden vaatetyypin ruuhkatilaan”, von Zweybergk kirjoittaa yrityksensä Defenderin Internet-sivuilla. (von Zweybergk 2012, hakupäivä 2.4.2013.)

3.7 Eettisen liiketoiminnan ja ekodesignin haasteet

Kierrätysmateriaali tuo oman haasteensa ekodesignerin työhön, sillä ympäristöystävällisesti toimivan yrittäjän on löydettävä sellaisia materiaaleja, jotka ovat tarpeeksi kestäviä uusiokäyttöä varten. Materiaalia on oltava riittävästi saatavilla suunnittelijan omaa tuotantoa ajatellen. Suunnittelijan on nähtävä mahdollisuuksia sellaisessakin materiaalissa, jonka suurin osa ihmisistä luokittelisi roskaksi. Haasteena ovat myös asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden arviointi ja niiden osuminen yksi yhteen. Helpoin tie ekologinen yrittäjyys ei ole, sillä suunnittelija Saia Ikävalkon mukaan ekodesignerilta vaaditaan taiteellista lahjakkuutta, luovuutta, tarkkuutta, suunnitelmallisuutta, materiaalien tunteamista ja arvostamista sekä aiempaa harrastuspohjaa käsityöistä ja askartelusta. (Kurkinen 2010, hakupäivä 13.2.2014.) Näitä ominaisuuksia tarvitaan myös, kun tuotteita valmistetaan uusista materiaaleista, mutta ekologisesti vaatteita valmistettaessa nämä kaikki vaaditut ominaisuudet korostuvat entisestään. Materiaaleja täytyy myös etsiä järjestelmällisesti ja hyväkuntoista second hand-tavaraa säilyttää huolellisesti (Kurkinen 2010, hakupäivä 13.2.2014). Materiaalia on oltava käsien ulottuvilla, kun tarve vaatii. Mikäli suunnittelija haluaa käyttää lähestulkoon vain ja ainoastaan vanhaa, on materiaalia etsittävä varastoon etukäteen järjestelmällisesti.

Ekologisen muodin haasteena on aiemmin ollut myös sen ”ekologisuutta huutava” ulkonäkö, joka ei miellytä kaikkia kuluttajia. Nykyään ekomuotia on monen tyyllisenä, sillä suunnittelijoitakin on erilaisia. Eettisesti ja ekologisesti valmistetut vaatteet voivat olla ulkonäöltään täysin kilpailukykyisiä vallitsevan muodin kanssa tai vaihtoehtoisesti ne voivat kertoa tuotemerkin aatteesta jo ulkonäöllään. Esimerkiksi toimittaja Hertta Päivärinta haluaa kertoa elämäntavoistaan ympäristölleen, mutta tekee sen mieluummin hienovaraisesti, positiivisesti yllättämällä. Ekologisella elämäntavalla ei tarvitse tinkiä omasta tyylistään. (Päivärinta 2011 b, hakupäivä 13.2.2014.)

Yhtenä melko yleisenä ongelmana kierrätysdesignissa koetaan sen korkea hinta verrattuna massatuotteiden hintaan. Etenkin nuorille kuluttajille hinta on yleensä se, joka ratkaisee, ei laatu. Eettinen kuluttaminen kiinnostaa kuitenkin kuluttajia yhä kasvavissa määrin ja eettinen tuotanto on nykyään yksi vaatemerkkien kilpailukeino. (Jansa 2007, hakupäivä 19.12.2012.) Kaaron ja Nolandin (2000, 36) mukaan ympäristövaikutusten ja ihmisoikeusrikkomusten näkyminen tuotteiden hinnassa tekisi ekologisista ja eettisesti

valmistetuista tuotteista kilpailukykyisiä muiden tuotteiden kanssa. Tällä hetkellä tilanne on nurinkurinen, sillä ympäristöä ajatellen tehdyt tuotteet ovat muita tuotteita huomattavasti kalliimpia, jolloin vain hyvätuloisilla kuluttajilla on varaa niihin. Suojasen (1997, 89) mukaan ekologisesti tuotetut tekstiilit ja vaatteet ovat usein perinteisellä tavalla valmistettuja kalliimpia, mutta vain lyhyellä tähtäimellä. Pitkällä tähtäimellä ovat ympäristönmyönteiset tekstiilituotteet jopa edullisempia.

Eettiseen liiketoimintaan liittyvä sanasto ja toimintatavat ovat usein haasteellisia. Kestävän kehityksen terminologia on konstikas ja samat määreet voidaan ymmärtää monella tavalla. Folk Finlandin strategiajohtaja Jaana Haapalan mukaan sanat eettisyys, kestävä kehitys, ekologisuus tai vastuullisuus merkitsee toisille pelkästään hyviä ideoita tai jopa silkkaa höpötystä. Toiset taas näkevät ne uudenlaisen, kaikille hyvää tuottavan liiketoiminnan mahdollisuutena. Oikein toteutettuna eettinen liiketoiminta antaa kaikkia osapuolia hyödyttävän lopputuloksen. Eettinen liiketoiminta tuottaa parempaa elämänlaatua meille nykyihmisille ja tuleville sukupolville, luontoa unohtamatta. Nyt kuluttajat vaativat tekoja sanojen tueksi eivätkä pelkät korupuheet yrityksen arvoista riitä enää. Parhaiten kuluttajien arvostus lunastetaan, kun arvot näkyvät suoraan yrityksen toiminnassa. Vastuullisen liiketoiminnan lisääntyminen vaatii yhteisten termien ja toimintamallien muodostamista. Haapalan mukaan tähän kehitykseen vaikuttaa jokaisen tason toiminta, eli kuluttaja, yritys ja yhteiskunta. Sosiaalinen media edistää vastuullista ajattelua, koska sen parissa epäeettisesti toimivat tahot paljastuvat. Tulevaisuudessa läpinäkyvyys ja vuorovaikutus nousevat entistä enemmän esille vastuullisen liiketoiminnan kehittämisessä. (Leppälä 2010, hakupäivä 5.4.2013.)

3.8 Nykyinen kulutuskäytös

Nykyinen kulutuksemme niin kokemis-, viihtymis- ja nautintokulttuurimme suhteen muodostaa suuren osan ympäristön kuormituksesta. Tuotteita valmistetaan yli tarpeen ja niiden tuotannolla on tuhoisat seuraukset ympäristölle, ellei kuluttajavalintoihin tule muutosta. Uudelleenkäyttö on yksi tapa ehkäistä uuden jätteen syntyä ja sen hyöty on suurempi kuin kerättävän jätteen kohdalla saavutettu hyöty. Luonnonmateriaalit ovat pitkäkestoisia ja niillä on mahdollisuus muotoutua vielä uudeksi tuotteeksi taitavan tekijän käsittelyssä. (Puukko 2010, 175.) Suhteemme kulutukseen on muuttunut piittaamat-

tomaksi teollistumisen myötä. Aiemmin suurin osa ihmiskunnasta on ollut olennaisesti yhteydessä perustuotantoon, peruselinkeinoihin ja niiden vaatimiin tarvikkeisiin. Tähän on tullut muutos vasta meidän aikanamme. Tällä hetkellä valtaosa teollistuneiden maiden asukkaista elää täysin erillään kaikesta jokapäiväiseen elämään tarvittavasta tuotannosta, niin ruuan hankinnasta kuin fyysisen ympäristönsä luomisesta. Kun ihminen ei luo esineitä enää itse, ei hän näe niiden syntyä eikä ymmärrä niiden vaatimia energiapainoksia. Näin suhde niin sanotusti tyhjästä ilmestyviin kulutushyödykkeisiin kehittyy väistämättä irrallisemmaksi ja vastuuttomammaksi kuin esimerkiksi viime vuosisadan maanviljelijäväestön suhde omien kättensä tuotteisiin tai harvoin osto- ja vaihtotavaroihin, joiden hankkimiseksi oli jouduttu tekemään ylimääräistä työtä. Tänä päivänä on tavattoman helppoa heittää vanhat tuotteet roskiin. Kuluttajat ovat hyväksyneet lyhytikäiset tuotteet, joita kauppa ja teollisuus täysin tietoisesti tuottavat kulutuksen kasvamisen vuoksi. Jussilan (1996, 48–49) mukaan kädentaidot häviävät hämmästyttävän nopeasti, kuten kaikki muutkin kulttuurievoluution aikaansaannokset. ”Yhdessä sukupolvensa, tai peräti nopeammin, tuhansien vuosien työtavat ja materiaalit voivat lakata olemasta. Kohtaaminen länsimaisen teollisuustuotannon kanssa on ollut tällaisen nopean ”täystuhon” pääasiallinen syy monissa dokumentoiduissa tapauksissa”.

Aleksi Pohjola (2013) vertaa nyky-yhteiskuntaa artikkelissaan hehkulamppuihin näin: ”1920-luvulla käynnissä ollut kartelli määräsi, kuinka kauan hehkulampun lanka saa kestää. Edellytyksiä lähes ikuisesti palavaan lankaan olisi ollut, mutta se ei olisi tukenut tuotteiden jatkuvaa kysynnän kasvua.” Saman asian voi huomata tänä päivänäkin, tosin entistä laajempänä ilmiönä. Esimerkiksi vaatteet ovat käytössä vain sen aikaa, kun ne sopivat markkinoiden määräämään muottiin. Pohjola kirjoittaa, että myös kuluttajat ovat osittain syyllisiä tähän kehitykseen, sillä elintason nousun myötä tavaroiden arvostus ei ole enää samaa luokkaa kuin muutamia kymmeniä vuosia sitten. Asiakkaat etsivät halpoja tuotteita ja pakottavat kauppiaat tarjoamaan niitä laadusta välittämättä. Myös Pyyn (2012, 85) mukaan halpatuotannon lisäksi kuluttajat ovat syyllisiä kehitykseen. Kuluttajien valinnat merkitsevät, sillä mitä enemmän ostetaan lyhytikäisiä tuotteita, sitä enemmän niitä joutuu kirpputoreille ja kierrätykseen.

Perinteiset käsityöalojen ammattilaiset, kuten suutarit, ompelijat ja kodinkonekorjaajat joutuvat kamppailemaan kertakäyttöisyyttä vastaan. Tavarakeskeisessä yhteiskunnassa kasvanut nuoriso ei ole välttämättä tottunut huolehtimaan kulutustavaroista. Pohjolan

haastatteleva torniolainen ompelija Vuokko Leinonen on ollut 35 vuotta vaatetusallalla. Ompelupalveluita tarjoavan Tekstiilivuokon asiakaskunta on monipuolista - ja miesvoittoista. Yleisimmin tarvittuja palveluita ovat lahkeiden lyhennys, napinompelu ja veto-ketjunkorjaus. Leinonen on huomannut vaatteiden materiaalien heikentyneen laadultaan ja entistä halvempien tuotteiden tulon markkinoille. ”Nuoret ostavat halpoja vaatteita, jotka heitetään aikanaan pois. Ei niitä edes tuoda korjattaviksi, koska kaupasta saa uuden niin halvalla,” toteaa Leinonen. (Pohjola 2013.)

Paakkunainen on sitä mieltä, että kuluttajien asenteisiin voidaan vaikuttaa mielikuva-markkinoinnin ja kuluttajavalistuksen keinoin. Kuluttamisessa vaatteiden laadun tulisi olla määrää olennaisempi asia. (Paakkunainen 1995, 11.) Tähän suuntaan ollaan pikkuhiljaa menossa, vaikka suurin osa kuluttajista suosii yhä edelleen halpoja tuotteita ja ostaa niitä paljon. Laadun tärkeyttä olisi korostettava entistä enemmän, jotta vallitsevat asenteet muuttuisivat. Perälän ja Pylvänäisen (2007, 15) mukaan ympäristön huomioiminen tekee kuluttajasta vastuuntuntoisen ja maailmanlaajuiset ongelmat huomioon ottavan ihmisen. Joutsenmerkin vuonna 2012 tekemän tutkimuksen mukaan tekstiilien terveys- ja ympäristövaikutukset kiinnostavat kuluttajia. Ympäristömerkittyjä tekstiilituotteita arvostetaan niin ympäristön kuin käyttäjänkin terveyden kannalta ja ympäristömerkkien koetaan auttavan ostopäätöksen teossa. Vastaajat pitivät tärkeimpänä tuotteen laatua ja pitkäikäisyyttä sisustustekstiilejä tai vaatteita ostettaessa. Toiseksi tärkeimpänä pidettiin sitä, ettei tuote sisällä terveydelle haitallisia kemikaaleja ja kolmanneksi tärkeimpänä sitä, ettei tuote sisällä ympäristölle haitallisia kemikaaleja. Ikä ja sukupuoli erottelivat asenteita selkeästi. Naiset pitivät lähestulkoon kaikkia tekstiilien ympäristö- ja terveysominaisuuksiin vaikuttavia asioita tärkeämpinä kuin miehet. (Ympäristömerkki 2012, hakupäivä 3.12.2012.)

Ongelmana on, että monelle nykykuluttajalle on haastavaa pysyä kohtuuden rajoissa. Kohtuus taas edellyttää, että kuluttaja ymmärtää sen, ettei ole hyväksi eikä oikein kuluttaa niin paljon kuin taloudellisesti olisi mahdollista. Oman pukeutumisen yksinkertaistaminen on yksi mahdollisuus kestävään kuluttamiseen, sillä selkeässä ja ajattomassa pukeutumistyyliä voi pysytellä loppuikänsä. Laadultaan kestävä vaateen ikää lisäävät myös esimerkiksi ajaton muotoilu, mahdollisuus huoltaa ja korjata tuote, mahdollisuus parantaa tai täydentää tuotetta sekä helppo- ja monikäyttöisyys. Maapallolla ei ole koskaan kulutettu niin paljon kuin nykyisin. Kulutus ja sen kasvu mielletään yleisesti

hyväksi ja tavoiteltavaksi. Kuitenkin suhtautuminen taloudellisen kasvun hyvyyteen on pikkuhiljaa muuttamassa. Mielikuvamme maailmasta vaikuttavat siihen, millaisia mahdollisuuksia huomaamme ja mitä toimintatapoja omaksumme. Kun näkökulma muuttuu, muuttuu sen mukana myös ajatus siitä, mikä on mahdollista. (Koski ym. 2004, 20–56.)

3.9 Ohjeita ekologiseen ja eettiseen kuluttamiseen

Kuluttajien on hyvä pitää mielessään vaateostoksilla ollessa, etteivät vaatteet ole kertakäyttötavaraa. Laadukkaat housut tai talvitakki kestävät useita vuosia. (Kaaro ym. 2000, 45.) Myös Kilpailu- ja kuluttajavirasto (2012, hakupäivä 1.12.2012) ohjeistaa kuluttajia valitsemaan kestävästä laadusta, sillä pitkäikäisen tuotteen ekologinen jalanjälki on pienempi kuin lyhytikäisen. Kuluttajan kannattaa etsiä ajatonta muotia, sillä silloin vaate ei ole koskaan poissa muodista. Tekstiilejä kannattaa myös hoitaa hyvin, sillä suurin osa vaatteiden ympäristövaikutuksista aiheutuu käytön aikana. Tarpeettomat tekstiilit tulisi kierrättää uudelleenkäyttöön. Kilpailu- ja kuluttajavirasto puoltaa käsi- ja taideteollisuuden tuotteiden hankintaa, sillä ne ovat paikallisia, yksilöllisiä ja ekologisia hankintoja. Luonnonväristen tekstiilien, ympäristömerkittyjen tai reilun kaupan tuotteiden hankinta on myös suositeltavaa. Kaaro ja Noland (2000, 46–47) kehottavat valistuneita kuluttajia suosimaan pieniä yrityksiä ja ostamaan lähellä valmistettuja tuotteita protestina halpa-tuotannolle ja ympäristön vahingoittamiselle. Suojasen (1997, 87–88) mukaan ympäristöystävällinen kuluttaja hoitaa oikein tekstiilituotteitaan, korjaa pienet virheet ajoissa ja lisää vaatteidensa käyttöikää vaatteiden muuntelulla ja muodistuksella. Suojanen määrittelee ympäristöystävällisen kuluttajan myös olevan henkilö, joka ei seuraa sellaista muotia, joka vaatii jatkuvaa uusien trendien seuraamista.

Designnappeli Outi Pyy sanoo trashionin olevan hänelle tapa kuluttaa muotia kestävämmän ja ekologisemmin. Sen avulla voi kustomoida kaikkea mahdollista työvaatteista uniikkikappaleisiin. Pyy kertoo rakastavansa käytettyjä tavaroita, sillä ne kertovat tarinaa menneistä vuosista ja edellisistä käyttäjistä. Tätä tarinaa hän jatkaa muokkaamalla niille uuden muodon ja käyttötarkoituksen. Hän kertoo myös arvostavansa itse tehtyä enemmän kuin kaupasta ostettua, koska tekemiseen on käytetty enemmän aikaa, vaivaa ja luovuutta. Vaatteen arvostamisen myötä sitä myös käyttää enemmän ja huolellisemmin, jolloin vaate saa lisää käyttöikää ja siitä tulee ekologisempi. (Pyy 2012, 3.) Pyy

(2012, 48) kertoo oman tyylin muodostuvan hitaasti ja ajatuksen kanssa, ei kertaostoksena. Tästäkin syystä kuluttajien on hyvä harkita ostoksiaan pidemmällä aikavälillä.

Paola Suhonen sanoo oman tyylin olevan eettisen kuluttamisen reunaehto, koska silloin voi hankkia ajattomia vaatteita, jotka miellyttävät silmää useamman vuoden päästä (Rasi 2013, hakupäivä 14.2.2014).

Yleinen uskomus on, että kysynnän ja kulutuksen kasvun tuo työpaikkoja, tehokkuusajattelun mukaisesti alalle kuin alalle. Faktaa on kuitenkin se, että tänä päivänä se lisää lähinnä automaatiota, eli koneiden käyttöä tuotannon nopeuttamiseksi ja laadun parantamiseksi. Sosiaalisessa mielessä onkin huolestuttavaa, että ihminen pyritään aktiivisesti poistamaan kaiken tuotannon parista. Nekin palvelut, joiden uskottiin työllistävän teollisuuden parista vapautuneen työvoiman, ovat nykyään pitkälle koneistuneita. (Paakkunainen 1995, 10.) Yletöntä massamuodin kulutusta ei siis voine perustella tällä argumentilla, että se lisäisi työllisyyttä, etenkin kotimaassamme. Myös ekologista muotia tulee ostaa harkiten ja vain tarpeeseen.

Vastuullinen kuluttaminen ei ole vielä mutkatonta. Kuluttajan vastuulle jää liikaa pohdittavaa ja selvitettävää. Omien valintojen miettiminen ja toimiminen mahdollisimman vastuullisesti voi hämmentää kuluttajaa, sillä vastuullisuutta voi katsoa monelta kannalta. Eettisyys voi olla säästävää, mutta myös hauskaa ja tuottaa elämäniloa. Valmistustavan muuttuessa eettisemmäksi, se näkyy usein myös korkeampana hintana. Aina vastuullinen tuottajuus ei kuitenkaan ole kalliimpaa, vaan voi pidemmällä tähtäimellä johtaa myös säästöihin, esimerkiksi energia-asioiden huomioiminen voi synnyttää kustannussäästöjä. Eettisyys ja vastuullisuus saatetaan kokea tylsänä, paperinmakuisena todellisuutena. Kun se konseptoidaan brändiin, voidaan siitä luoda inspiroiva, positiivinen mahdollisuus, joka auttaa kuluttajaa päätöksenteossa. (Leppälä 2010, hakupäivä 5.4.2013.)

4 MUITA EKOLOGISIA JA EETTISIÄ LIIKETOIMINTAMUOTOJA

Kierrätyksen ympärille on kehittynyt runsaasti erilaisia liiketoimintamuotoja. Ekologisuus ja eettisyys ovat lisääntyneet tekstiili- ja vaatetusosalalla viime vuosina ja ainakin Suomessa uusia ekovaatesuunnittelijoita nousee säännöllisin väliajoin esille muotialan julkaisuissa. Liiketoimintaa on monenlaista, esimerkiksi edellisessä kappaleessa mainittu yksityiset vaatesuunnittelijat, suunnittelijaryhmät tai -osuuskunnat omine merkkeineen. Vaatesuunnittelijoiden lisäksi ekologisella ja eettisellä alalla on mahdollista harjoittaa myös toisenlaista liiketoimintaa, joka pohjautuu enemmän kierrätykseen kuin uusiotuotteiden valmistukseen. Tällaisia ekologisia ja eettisiä liiketoimintamuotoja ovat kirpputorit ja kierrätyskeskukset, vintage-liikkeet, vaatelainaamot ja perinteiset pukuvuokraamot sekä ompelimot, jotka muokkaavat asiakkaille näiden vanhoja vaatteita ja korjaavat niitä. Lisäksi käsittelen tässä kappaleessa myös kuluttajille suunnattuja tapahtumia tai työpajoja yhtenä osana ekologista ja eettistä liiketoimintaa.

4.1 Ompelimoiden palvelut

Ompelimot tarjoavat tänä päivänä vaatteiden useimmiten korjauspalveluita, muodistuksia sekä yksilöllisiä tilaustöitä. Kaaron ja Nolandin (2000, 88–89) mukaan ekologisuus ei muotoudu vain tarkoituksenmukaisista materiaalivalinnoista ja ympäristöystävällisesti toteutetusta tuotannosta, vaan tarvitaan myös osaavia ihmisiä, jotka korjaavat rikkinen tuotteita. Käsityöläisyys lisääkin tuotteiden ikää ja on myös muuten lähellä ekologista ajattelutapaa. Käsityöläiset voivat antaa täydellisen tuoteselosteen tuotteistaan, sillä he hankkivat itse raaka-aineensa ja tietävät, mistä materiaali on hankittu tai onko tuotteeseen käytetty haitallisia väriaineita tai kemikaaleja. Usein käsityöläiset toimivat pienimuotoisesti, joten he tukevat toimialueensa elinkeinorakennetta. Käsityöläiset valmistavat myös kestäviä tuotteita. Menneen vuosisadan loppupuolella käsityöläisyys on kuitenkin muuttunut suuresti. Perinteisten käsitöiden, esimerkiksi vaatteiden, huonekalujen ja astioiden valmistuksessa on siirrytty massatuotantoon. Tästä johtuen yksityisten käsityöläisten on täytynyt yhä enemmän luopua tuotteiden valmistuksesta ja keskittyä niiden korjaukseen ja entisöintiin. Käsitöissä on kyse vuosisatoja kestäneiden perinteiden jatkamisesta. Käsityöläiset omaavat valtavan määrän erinomaista tietoa luonnon raaka-aineista, niiden kestävyyydestä ja ominaisuuksista sekä materiaalien käyt-

täytymisestä erilaisissa ympäristöissä. Eräänlainen miinuspuoli on kuitenkin se, että käsitöitä ei voi opetella kirjoista ja taitoa on pidettävä jatkuvasti yllä harjoittelemalla. Perinne siirtyy eteenpäin juuri tekemisen kautta. Käsityön vahvuus tulee ihmisen halusta luoda omilla käsillään jotain kestäväää. Se ei elä ilman perimätietoa, jonka mukana tulee myös tieto ja varmuus tekemiseen. (Kaaro ym. 2000, 90.)

4.2 Vaatelainaamot ja pukuvuokraamot

Vaikka vuokraamista ei ole totuttu ajattelemaan ekologisena, vuokraaminen on kestävä kulutuksen ydinajatuksia, sillä hyödykkeet siirtyvät kuluttajalta toiselle ilman kysynnän kasvua (Kaaro ym. 2000, 38). Pukuvuokraamoja on ollut olemassa jo pidemmän aikaa, mutta vuokrauksen rinnalle on tullut 2010-luvulla vaatelainaamoja, joiden konsepti poikkeaa hivenen vuokrauksesta. Vaatteiden myymisen sijaan vaatelainaamot lainaavat asiakkaille vaatteet määräajaksi, jäsenmaksua vastaan. Ideologiallaan vaatelainaamot viestivät, että muotia voi kuluttaa ja seurata ekologisesti, eettisesti sekä yhteisöllisesti.

Helsinkiläisen Vaatelainaamon Jokinen ja Engeström halusivat valikoiman koostuvan niistä asioista, joista yleensä on eniten pula eli juhla- ja muista erityisvaatteista ja -asusteista. He pyysivät mukaan omia lempisuunnittelijoitaan ja ottivat valikoimaan myös omia vintage-aarteitaan, joista ei ollut haluttu luopua. Palvelun idea on kopioitu tukholmalaiselta Lånegarderoben-nimiseltä palvelulta. Perusajatuksena Jokisella ja Engeströmillä on, että Vaatelainaamosta voi lainata ajankohtaisimpien suunnittelijoiden vaatteita, asusteita ja kenkiä. Valikoimassa on tunnetuimpia kotimaisia suunnittelijoita sekä vintage-tavaraa. Tuotteita voi myös halutessaan lunastaa itselleen määrättyä hintaa vastaan. (Päivärinta 2011 a, hakupäivä 13.2.2014.)

Lainauskulttuuri sopii hyvin ajan henkeen, kun ihmiset pienentävät hiilijalanjälkeään, miettivät tavaramääräänsä ja downshiftaavat myös muuten. Yhä nopeammin vaihtuvan muodin aikakautena vaatelainaamon palveluille löytyy tarvetta. (Päivärinta 2011 a, hakupäivä 13.2.2014). Päivärinnan mukaan vihreä aate ei ole ohimenevä trendi, vaan se on tullut jäädäkseen. Minimalismi on nouseva trendi, eivätkä kuluttajat halua enää kerätä turhaa tavaraa. Päivärinta itse sanoo, ettei osaa kuvitella krääsän keräämisen tulevan uudelleen muotiin. Myös Lånegarderoben-vaatelainaamo haluaa toiminnallaan kertoa,

että pukeutumistaan voi uudistaa vaikuttamatta kulutukseen kasvattavasti (Lånegarde-roben 2012, hakupäivä 25.10.2012).

4.3 Kierrätyskeskukset, kirpputorit ja vintage-liikkeet

Niin kierrätyskeskusten kuin kirpputorienkin tarkoituksena on vähentää luonnonvarojen kulutusta ja edistää uudelleenkäyttöä. Kierrätyskeskukset ovat tavaravaihtopaikkoja, jonne viedään tai josta haetaan tai ostetaan käytettyä tavaraa tai jäännösmateriaalia. (Suojanen 1997, 9.) Ennen kierrätyskeskusten olemassa oloa järjestettiin ainakin Helsingissä 1980-luvulla suuria tavaravaihtopäiviä, joiden tarkoitus oli käyttää hyväksi vanhoja tavaroita ja säästää siten luonnonvaroja sekä saada ihmiset pohtimaan tavarasuhdettaan ja kulutustaan sekä niiden vaikutusta ympäristöön. Vaihdotapahtumat olivat suosittuja, mutta yksittäisten tavaravaihtopäivien järjestäminen oli työlästä, joten tilalle suunniteltiin organisoidumpi ja pysyvämpi toiminta eli Kierrätyskeskus. Vakituisen toimipiste mahdollisti myös tavaroiden kunnostuksen sekä jäte- ja ympäristöneuvonnan järjestämisen. (Pääkaupunkiseudun kierrätyskeskus 2010 a, hakupäivä 14.2.2014.)

Kierrätyskeskusten toiminta on monipuolistunut aiemmasta, sillä niiden yhteyteen on alkanut muodostua lahjoitettujen huonekalujen ja tekstiilituotteiden jälleenmyynnin lisäksi omaa tuotantoa. Ne valmistavat käytetyistä materiaaleista valmistettuja omia vaate- ja asustemallistojaan. (Räsänen 2007, 49.) Esimerkiksi pääkaupunkiseudulla Plan B on yksi tällainen Kierrätyskeskuksen uusiotuotteiden mallisto (Pääkaupunkiseudun kierrätyskeskus 2010 b, hakupäivä 14.2.2014). Tällainen toiminta leviää pikkuhiljaa laajemmallekin Suomen kierrätyskeskuksiin. Kemissä Monitarmo-kierrätyskeskus tuottaa korjaus- ja tuunauspalveluja sekä myy työpajatuotteita, kunnostettuja huonekaluja sekä uusiotuotteita (Meri-Lapin Työhönvalmennus-säätiö 2013, hakupäivä 14.2.2014).

Kirpputorit ovat tiloja, joissa yksityiset henkilöt myyvät vanhoja ja tarpeettomia tavaroita. Kirpputoreja on erilaisia: muun muassa itsepalvelukirpputori, perinteinen kirpputori ja niiden lisäksi tänä päivänä Internetissä toimivat kirpputorit. Kirpputoreja ei tulisi kuitenkaan pitää vain helppona keinona myydä turhaksi osoittautuneita heräteostoksia pois, etenkin jos aikoo hankkia lähes samanlaisen, mutta paremman tuotteen tilalle. Ku-

luttajat voisivat pohtia erilaisia vaihtoehtoja, ennen kuin hankkiutuvat vanhasta eroon ja ryntäävät ostamaan uutta, voisiko sitä omaa vanhaa vielä sittenkin käyttää. (Kirpputori-haku 2014, hakupäivä 14.2.2014.)

Aina ei tarvitse muokata vanhasta vaatteesta täysin uutta tuotetta myytäväksi, vaan erityisen vanhoille vaatteillekin on ostajansa ja omat liikkeensä. Vaate, jonka edellinen käyttäjä on kokenut tylsänä ja vanhanaikaisena, voi olla uudelle käyttäjälleen todellinen löytö. Vaaran (2010, 40) mukaan vintage on käytettyyn vaatteeseen sisältyvä arvolataus ja Wendyrosie Scott määrittelee vuosien 1910–1960 vaatteet vintageksi. Vintage-vaatteet ovat muodin menneiden vuosikymmenten aarteita, jotka ovat säilyneet tähän päivään asti laadukkaiden kankaidensa ja tekijöidensä ensiluokkaisten kädentaitojen ansiosta (Baxter-Wright & Clarkson & Kennedy & Mulvey 2007, 1).

4.4 Kuluttajille suunnatut tuunauspajat ja kierrätystapahtumat

Vaatteiden muokkaaminen on ekologista, taloudellista sekä nopeampaa kuin vaateen ompeleminen kaavoista alkaen. Kustomointi, eli tuunaaminen lisää käyttöikää ja tarve ostaa uutta vähenee. Sekä muoti että vartalomme ovat muuttuvia elementtejä, mutta muokkauksella on mahdollista muuttaa esimerkiksi oman lempivaateen mallia ja päivittää se tähän päivään sopivaksi. Vaateen tuunaaminen etenkin kierrätysmateriaaleja käyttäen on eettisimmistä ja ekologisimmista päästä kuluttaa muotia. Materiaalien logistiikan ja tuotannon ympäristövaikutukset ovat liki olemattomat, kun tarvikkeet ja materiaalit hankitaan läheltä käytettynä. (Pyy 2012, 28.) Tuunausta voi harrastaa itsenäisesti, mutta kuluttajille järjestetään myös ohjattuja tuunauspajoja, joissa suunnittelijan avustuksella osallistujat saavat itse modistaa vanhoja vaatteitaan.

Tuunauspajojen avulla redesign-yrittäjät voivat välittää eteenpäin ideologiaansa sekä taitoa tekemiseen. Tämä on hyvä tapa edesauttaa materiaalin kierrätystä ja uusiokäyttöä omien vaatteiden valmistamisessa, sillä monilla tämän päivän kuluttajilla ei välttämättä ole enää samoja käsityötaitoja hallussaan kuin heidän vanhemmillaan ja isovanhemmillaan. Kirpputoreiltakin heitetään pois tekstiilijätettä, kuten esimerkiksi Pyy ja Von Zweybergk ovat huomanneet. Tätä ylijäänyttä materiaalia on mahdollista käyttää hyväksi työpajatoiminnassa. Von Zweybergkin mukaan jätetekstiiliin on lupa suhtautua

rennosti eikä tarvitse olla mestariompelija. (Kytöharju 2008, hakupäivä 3.4.2013.) Myös Haaparannalla yritystään pitävä Marju Matsin järjestää asiakkailleen tuunauspajoja.

Kuluttajille voidaan myös tarjota suurempia tapahtumia kierrätykseen liittyen. Esimerkiksi Kierrätystehdas-tapahtuma järjestetään keväisin Helsingin Kaapelitehtaalla. Tapahtumassa on tarjolla uusiotuotteita, uniikkikäsitöitä ja työpajoja, joissa voi tuunata vanhasta uutta sekä vanhan käyttökelpoisen tavaran myyntiä. (Kierrätystehdas 2013, hakupäivä 13.2.2014.) Tapahtuman tavoitteena on tarjota kävijöille kattavasti informaatiota ja vaihtoehtoja liittyen ympäristöystävälliseen ja vastuulliseen kuluttamiseen. Tällaiset tapahtumat ovat tärkeitä kierrätystiedon ja ideologian leviämisen kannalta, sillä ne kokoavat alan toimijat, kierrätysdesignin suunnittelijat sekä kuluttajat saman katon alle mielenkiintoisen konseptin avulla.

5 CASE: MARJU MATSIN DESIGN

Suunnittelijansa mukaan nimetyn yrityksen takana on Marju Matsin, joka suunnittelee ja valmistaa työkseen yksilöllisiä vaatteita, jotka noudattavat kestävän kehityksen ajatusta. Vaatteiden tekeminen sujuu Matsinilta kuin luonnostaan, sillä isoäiti opetti häntä virkkaamaan, kutomaan ja ompelemaan. Matsin on kotoisin Virosta, jossa Matsinin nuoruuden aikaan nuorten naisten täytyi osata tehdä vaatteensa itse ja saatavilla olevista materiaaleista, joita oli niukalti. Matsinin rakkaus luontoa kohtaan on selkeästi nähtävissä vaatemallistosta ja asiakastöistä. Omalla tekemisellään hän pyrkii tuomaan esille tärkeää kierrätysajatusta. ”Vanhoista verhoista tai pöytäliinasta saa helposti esimerkiksi uniikin pikkutakin sen sijaan, että käyttämättömät kankaat vain pölyttyisivät kaapin pohjalla”, perustelee Matsin. (Sadinmaa 2013.)

Matsinin designfilosofia on se, että materiaalit hankitaan läheltä, osa vaatteesta tehdään lähiseudulla kudotusta kankaasta, virkatut yksityiskohdat kaunistavat ja kestävät luonnonmateriaalit puhuttelevat valmiissa tuotteessa. Hän ei koskaan tee useamman kappaleen mallistoa, vaan lopputuloksena on aina yksilöllinen vaate. Useimmiten tuotteissa käytetäänkin juuri luonnonmateriaaleja, kuten pellavaa, hamppua, puuvillaa, viskoosia joskus ja silkkiä. Materiaalit löytyvät Punaisen ristin kirpputorilta ja Myrornasta, eli Ruotsin pelastusarmeijan kirpputorilta. (Matsin 26.5.2012, haastattelu.) Tärkein ominaisuus valmistamissaan tuotteissa on Matsinin mielestä laatu ja se, miten vaate sopii kantajalleen eli myös tuotteen design. Hyvälaatuinen luonnonkuituinen materiaali on tärkein asia laadun kannalta. Matsinista olisi mahtavaa tehdä vain ekologisista materiaaleista. Omassa suunnittelussa tämä toive toteutuukin, mutta tilaustöissä ei välttämättä aina. Suunnittelija pyrkii tekemään klassisia ja pelkistettyjä vaatteita. Erilaisilla tekstiileillä ja kirjonnalla tuodaan vaatteisiin koristeellisuutta. (Matsin 2014, haastattelu 2.5.2014.)

Viron maatalousyliopistosta agronomiksi valmistunut Matsin päätyi Pohjois-Ruotsiin alun perin työharjoittelun merkeissä vuonna 1993. Hän kuitenkin jäi Ruotsiin tavattuaan miehensä, jonka kanssa he perustivat Haaparannalle perheen. Matsinin mielenkiinto vaatteita kohtaan kasvoi vuonna 1998 ja hän halusi vaalia isoäitinsä opettamaa taitoa, joten Matsin alkoi maataloustöiden ohella opiskella vaatetusalan artesaanin tutkintoa silloisessa Länsi-Lapin ammatti-instituutissa. Luovan alan yrittäjäksi naisella oli kuitenkin

kin pitkä matka valmistumisen jälkeenkin, sillä muutaman tunnin yrittäjyyskoulutukset eivät riitä kovin pitkälle. ”Kannattavan liikkeen perustaminen ja pyörittäminen on käytännössä kokonaan toinen asia kuin paperilla”, Matsin pohtii vakavana. Ahkerana ja määrätietoisena naisena Matsin otti myös osaa myös kaksi vuotta kestäväan Haaparanta Produktioon, jolla pyrittiin tukemaan ja lisäämään naisten yrittäjyyttä. Projektin kautta hän sai tärkeitä yhteistyökumppaneita sekä uusia tuoreita ideoita ja näkökulmia. Ilman tätä tukiverkostoa hän ei luultavasti olisi uskaltanut toteuttaa unelmaansa omasta yrityksestä. (Sadinmaa 2013.)

Vuonna 2007 Matsin perusti oman yrityksensä, Marju Matsin Designin. Hän valmistaa yrityksensä tuotteet pääasiallisesti itse, mutta käyttää apulaista virkkaus- ja kutomistiluksissa. Yrittäjän harmiksi Kemi-Tornion alueella ei ole vielä ihanteellista määrää ekodesignista kiinnostuneita asiakkaita, mutta Luulajassa tuotteille on enemmän kysyjää jälleenmyyjien ansiosta. Ekodesignilla on muitakin haasteita kuin mahdollisten asiakkaiden harvalukuisuus. Ainakin Matsinin tapauksessa tilaustyöt työllistävät suunnittelijaa enemmän kuin valmiiden tuotteiden myynti. Matsin haaveileekin siitä, että saisi tehdä tuotteita vain myyntiin ja vähentää tilaustöiden määrää. (Matsin 26.5.2012, haastattelu.) Ekodesignin haasteena on myös kädentaidon katoaminen. Suunnittelija tiedostaa myös sen, että nykypäivänä perinteisten kädentaitojen kunnioittajat ja erityisesti jatkajat ovat valitettavan harvalukuisia (Sadinmaa 2013).

Ekodesignerin työ voi olla jopa hieman haastavampaa kuin perinteinen yrittäjyys. Luovan alan yrittäjältä vaaditaan reilusti pitkäjänteisyyttä ja oman asiansa esille tuomista. Oma osaamistaan ja yritystä täytyy myös pyrkiä kehittämään jatkuvasti, sillä kilpailu asiakkaista isojen ketjujen kanssa on kovaa. Matsinin yritys onkin ollut ahkerasti esillä monilla alan messuilla. (Sadinmaa 2013.) Se onkin hyvää mainosta yritykselle. Matsinin mukaan ekodesignerin työssä on myös haastavaa saada hinta tehdystä työstä. Jos hinta on liian korkea, tuote ei myy, mutta hinta pitää kuitenkin suhteuttaa tehtyihin tunteihin eikä liian vähänkään voi pyytää. Haastavaa on myös saada tuote myytyä, sillä ekodesignista kiinnostuneita asiakkaista on vielä vähän tällä alueella. Yrityksellä on omat Internet-sivut, mutta tuotteita ei ole myynnissä yrityksen Internet-sivuilla. Matsin ei usko verkkokauppaan, sillä tärkeintä on, että asiakas saa sovittaa vaatetta. Ajankäyttö tuo omat haasteensa, sillä aikaa tarvitsisi tuotteiden valmistuksen lisäksi enemmän markkinointiin sekä jälleenmyyjien tapaamisia varten. (Matsin 26.5.2012, haastattelu.) Verkos-

tointi on todella tärkeää, kuten myös oikeiden ihmisten löytäminen oikeassa paikkaa (Matsin 2014, haastattelu 2.5.2014). Yrittäjyys viekin kaiken vapaa-ajan (Sadinmaa 2013). Sen sijaan inspiraation puute ei ole Matsinille ongelma, sillä hänellä on kyky nähdä heti, mitä jostain tietystä kankaasta tulee (Matsin 26.5.2012, haastattelu).

Matsin järjestää tuunauspajoja pari kertaa vuodessa halukkaille osallistujille, kuten erilaisille yhdistyksille. On mukava kun osallistujat tuntevat entuudestaan, sitä kautta tulee rento meininki ja yhdessä tekemisen ilo. Tuunauspajan ohjaaminen on suunnittelijallekin intensiivistä työtä, kun tarpeen vaatiessa täytyy neuvoa osallistujia. Ohjaajaltaan pajat vievät aikaa kaksi kertaa viikossa muutaman tunnin ajan ja kukin paja kestää noin kolme viikkoa. Esimerkiksi viime syksynä hän järjesti tuunauspajaa Haaparannan kauppa-akatemiaan nuorille, jotka toteuttivat itselleen asuja kierrätysmateriaaleista ja lopuksi järjestettiin muotinäytös, jossa asut esiteltiin. Matsin ei halua antaa liian tiukkoja raameja tekemiselle, vaan antaa jonkin alkuidean, josta osallistujat saavat alkaa ideoida omaa tuunausprojektiaan. Osallistujien ompelutaidot ja ideointikyky paranevat itse tekemisen myötä sekä innostus ja tieto kierrätyksestä kasvaa. (Matsin 2014, haastattelu 2.5.2014.)

Matsin on myös mukana Creative North – hankkeessa muutaman muun luovan alan yrittäjän kanssa. He ovat aloittaneet hankkeen esiselvitykset tänä vuonna ja tarkoituksena on edistää pienimuotoista luovaa ja ympäristötietoista yrittäjyyttä. Mukana on yrittäjiä Haaparannalta, Arkangelista, Färsearilta, Kabelvågista ja Oulusta, josta on mukana Non Everythin – osuuskunta. Hankkeen kantavia ajatuksia ovat vanhasta uuden luominen, kulutustottumusten muuttaminen kestävämpään suuntaan, ekologisuus, lähituotteet ja taide. (Kenttä 2014.) Ekoyrittäjät kokevat toisensa enemmänkin yhteistyökumppaneina kuin kilpailijoina. Hankkeesta on yhteistä hyötyä kaikille, sillä Creative North-hankkeen kautta kaikkien työt pääsevät esille. Tavoitteena on saada mahdollisimman paljon ihmisiä mukaan, myös asiasta vähemmän tietoiset ja kiinnostuneet kiinnostumaan aiheesta. Hankkeen tiimoilta järjestetään tapahtumia, joissa on erilaisia työpajoja sekä luentoja. Matsin toivoo, että kuluttajat ymmärtävät, ettei kaikkea tarvitse heittää pois, vaan tavaroita ja materiaalia on mahdollista hyödyntää uudelleen. (Matsin 2.5.2014, haastattelu.)

Kysyttäessä muuttuneista kulutustottumuksista (Liite 2), Matsin kertoo, että monet asiakkaista haluavat korjauttaa vanhoja vaatteita. ”Jollain tavalla tuntuu, että nyt uskalle-

taan korjauttaa ja käyttää uudelleen materiaaleja.” Matsin pyrkiikin rohkaisemaan asiakkaitaan uudelleenkäyttöön. ”Isommissa kaupungeissa on nähtävissä vastuullisemman kuluttamisen trendi, ehkä siitä tulee täälläkin joskus isompi juttu, kun trendi tulee tänne”, Matsin arvelee. Joka tapauksessa positiivista muutosta on tapahtunut edellisen kahden vuoden aikana, suunnittelija kertoo. Maailman tilanteen huomioon ottaen kauppakeskusten ajan tulisi olla jo ohi, ihmiset kaipaavat toisaalta yksilöllistä. Luovuutta ja kestävästä kehitystä tarvitaan tänä päivänä enemmän kuin koskaan aiemmin. (Matsin 2014, haastattelu 2.5.2014.)

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tarkoituksena on tutkia ja analysoida kierrätysmateriaalien käyttöön perustuvaa yrittäjyyttä tekstiili- ja vaatetusosalalla, sen liiketoimintamahdollisuuksia sekä muuttunutta kuluttajakäyttäytymistä. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys on kestävän kehityksen mukaisessa tuotannossa. Aihetta lähestytään seuraavien tutkimuskysymysten avulla: Millainen yrittäjä haluaa perustaa ekologisesti ja eettisesti toimivan yrityksen? Millaista liiketoimintaa esiintyy ekologisen ja eettisen vaateyrittäjyyden parissa? Miten kuluttajien elämäntavat ja arvot ovat muuttuneet viimeisen vuosikymmenen aikana? Miten tämä muutos vaikuttaa liiketoimintaan? Kierrätykseen pohjautuva liiketoiminta on ekologista ja eettistä liiketoimintaa. Uuden materiaalin tuotannon sijaan voidaan hyödyntää jo olemassa olevaa materiaalia tai vanhoja vaatteita uusien vaatteiden valmistuksessa. Perinteisten designtuotteiden tavoin kierrätysdesign tähtää laatuun, käytettävyyteen ja pitkäikäisyyteen. Kierrätysdesign tuotteissa näkyy ideologinen viesti niin jätteiden kertymisestä kuin viesti myös siitä, että luovuuden avulla ongelmia on mahdollista ratkaista. Vaikka myös kierrätysdesign tuotteet aiheuttavat ympäristövaikutuksia koko elinkaarensa ajan, ne kuluttavat kuitenkin yleensä vähemmän luontoa kuin tuotteiden valmistaminen neitseellisistä materiaaleista.

Yrittäjyys vaatii yleisesti ottaen runsaasti ahkeruutta, määrätietoisuutta ja verkostoitumistaitoja. Kestävän kehityksen mukainen kierrätysalan yrittäjyys vaatii mainittuja ominaisuuksia vielä hieman enemmän. Sen lisäksi ekodesignyrittäjältä vaaditaan taiteellista lahjakkuutta, luovuutta, materiaalien tuntemista ja arvostamista sekä harrastuspohjaa käsitöistä ja askartelusta. Ekodesign- ja kierrätysalan yrittäjän täytyy tuoda ideologiansa ja yritystään esille. Omaan osaamista ja yritystä täytyy myös kehittää jatkuvasti. Sekundääristen lähteiden kautta saadut vastaukset olivat yhteneviä Matsinin vastausten kanssa, kuten syyt ekologiselle yrittäjyydelle ja ekodesignerin työssä tarpeelliset ominaisuudet. Ekologiselle yrittäjyydelle löytyy myös useita syitä ja monella yrittäjällä on useita, toisiinsa kytkeytyviä syitä ekologiselle yrittäjyydelleen. Syitä ovat kestävän kehityksen tukeminen, halu vähentää materiaalin tuotantoon liittyviä haittoja ja jäteseurauksia, ympäristöystävällinen elämäntapa ja rakkaus luontoa kohtaan, mielenkiinto käytettyä materiaalia kohtaan ja vanhan materiaalin arvostaminen, esimerkin näyttäminen omalla toiminnalla ja hyvä omatunto ympäristöystävällisestä yrittäjyydestä. Monessa lähteessä oltiin sitä mieltä, etteivät ilmastonmuutos ja luonnonvarojen niukkuus ole on-

gelma liiketaloudelle, vaan pikemminkin ne ohjaavat yrityksiä toimimaan ekologisesti ja eettisesti sekä kehittämään innovatiivisesti uusia, aiempaa ekologisempia tuotteita ja palveluja.

Kierrätyksen ympärille on muodostunut erilaisia liiketoiminnan mahdollisuuksia. Alalla voi toimia yksityisenä ekodesignerina, suunnittelijaryhmässä tai -osuuskunnassa omalla merkillä. Ekodesignin lisäksi ekologisella ja eettisellä alalla on myös toisenlaista liiketoimintaa, joka perustuu enemmän olemassa olevien tuotteiden jälleenmyyntiin ja vuokraukseen kuin uusiutuotteiden valmistukseen. Tällaista liiketoimintaa harjoittavat kirpputorit ja kierrätyskeskukset, vintage-liikkeet, vaatelainaamot ja perinteiset pukuvuokraamot. Myös ompelimot kuuluvat ekologisen ja eettisen liiketoiminnan piiriin, sillä ompelijat voivat esimerkiksi muokata ja korjata asiakkaiden vanhoja tai rikkiäisiä vaatteita tai toteuttaa mittatilauksena asuja. Joissain tapauksissa kuten esimerkiksi Matsinin kohdalla, ompelijan työ on yhdistetty ekodesignerin työhön, jolloin taataan riittävä työn määrä turvaamaan yrittäjän elanto.

Kuluttajille järjestetään myös kierrätystapahtumia ja tuunauspajoja alan yrittäjien toimesta. Kierrätykseen liittyvät tapahtumat antavat kuluttajille lisää tietoa kierrätyksestä, kierrätyksen erilaisista mahdollisuuksista sekä vaikutuksesta ympäristön hyvinvointiin. Tuunauspajoissa kuluttajat saavat myös tietoa kierrätyksestä sekä ideaa ja inspiraatiota käyttökelpoisen tavarain tai materiaalin uudelleenkäyttöön ja muokkaamiseen. Tuunauspajojen kautta voidaan myös oppia tarpeellisia ompelu- ja käsityötaitoja, jotka eivät tänä päivänä ole välttämättä jokaisen kuluttajan hallussa niin vahvasti kuin edellisellä sukupolvella. Kierrätystapahtumia ja tuunauspajoja ei järjestetä taloudelliset voitot mielessä, vaan niiden pääasiallinen tarkoitus on levittää tietoa ja ideologiaa. ”Yhteinen hyvä” on yleinen ajattelutapa kierrätys- ja ekodesignerin alan yrittäjien parissa ja alalla tehdään usein yhteistyötä yrittäjien kesken.

Vaatteet ovat kuluttajille yllättävän tärkeä tapa ilmaista itseään, sillä vaatteiden avulla voidaan vaikuttaa henkilön ulkoiseen olemukseen ja sitä kautta nouseviin mielikuviin kyseisestä henkilöstä. Ihminen käyttää aineellista kulttuuria identiteetin rakentamisen välineenä ja vaatteillaan kuluttaja haluaa viestiä, millainen henkilö hän on. Ekologinen kuluttaminen on muodostunut hitaasti ja ajan kanssa. Aatteen hidas kehittyminen on oikeastaan parempi vaihtoehto kuin se, että ekologisuus ja eettisyys olisivat käyneet

nopeana trendinä pinnalla. Hitaus osoittaa, että asiaa ajatellaan ja halutaan kehittää eteenpäin harkitusti. Ekologinen kuluttaminen on kasvussa, mutta se on edelleen marginaali-ilmiö. Toisaalta kuluttajien arvot ovat muuttuneet, mutta eivät vielä suurimman kuluttajajoukon osalta. Yleisesti ekologisten ja eettisten tuotteiden kysyntä ja tarjonta on kasvanut huomattavasti 2000-luvulta alkaen, mikä näkyy kauppojen ekotuotteiden tarjonnan määrässä, mutta samalla myös massatuotantona valmistettujen tuotteiden kulutus on kasvanut. Matsin (2.5.2014., haastattelu) kertoo ekologisen ja eettisen lisääntymisen näkyvän asiakkaidensa parissa siinä, että nykyään korjautetaan vaatteita ja käytetään uudelleen vanhaa materiaalia. Kiinnostus kierrätykseen ja uusiokäyttöön näkyy myös kuluttajien harrastuksissa, kuten askartelussa, ompelussa sekä vaatteiden, tekstiilien ja myös huonekalujen tuunauksessa. Mikäli ekologisuus ja uusiokäyttö eivät miellyttäisi asiakkaita, ei tuotteilla olisi kysyntää. Tällöin ei olisi kierrätys- ja ekodesignalan yrityksiäkään siinä määrin kuin nykyisin. Kierrätys- ja ekodesignin asiakaskunta ja aiheesta kiinnostuneet kuluttajat osoittavat, että arvot ovat muuttuneet vastuullisemmiksi. Kuluttajat arvostavat ympäristöä ja ymmärtävät kulutuksen vaikutukset ympäröivään luontoon. Ympäristöä arvostavat kuluttajat haluavat vaikuttaa omilla valinnoillaan ja teoillaan niin yrityksiin kuin ympäristöönkin.

7 POHDINTA

Vaatteet ovat välttämätön kulutuksen kohde nykyihmiselle. Niitä tuotetaan ja ostetaan niin tarpeeseen kuin myös yli tarpeen. Ilmastomuutoksen, saasteiden ja jätteiden määrän kertymisen myötä on aika miettiä parempia toimintatapoja hyvin kulutusluontoiselle vaatetus- ja tekstiilialalle, niin alan toimijoille kuin myös kuluttajille.

Tutkimus toteutettiin laadullisena tapaustutkimuksena. Case-yrityksenä oli Marju Matsin Design. Valitsin tämän yrityksen tiedonantajaksi, sillä yritys sijaitsee Haaparannalla ja saatoin helposti käydä paikan päällä jututtamassa yrittäjää henkilökohtaisesti. Toivoin saavani Matsinin kautta hieman eri näkökulmaa aiheeseen kuin haastattelemalla sähköpostitse kotimaisia tunnetumpia yrityksiä, joista useimmat toimivat pääkaupunkiseudulla. Haastattelin Matsinia kahdesti, ensimmäisen kerran keväällä 2012 ja toisen kerran keväällä 2014. Sekundäärinen tieto kerättiin kierrätys- ja ekodesignalaa käsittelevistä julkaisuista sekä alan yritysten Internet-sivuilta. Haastattelujen kautta saatu aineisto purettiin omaksi tekstikseen, jonka jälkeen se koodattiin sekundäärisen aineiston kanssa.

Keskeinen löytö tutkimuksessa oli, että Marjun haastattelukertojen välillä ja tutkimuksen aloittamisen jälkeen oli jo tapahtunut muutosta ekologisen ja eettisen muodin tulevaisuuden näkymissä. Aihetta on käsitelty lehdissä useammin ja kuluttajat ovat alkaneet herätä tilanteeseen. Huomasin myös, että monella ekodesignerilla oli samoja syitä ekologiselle yrittäjyydelle. Tämä johtunee siitä, että he ovat samankaltaisia arvojensa suhteen. Tästä päätellen ekologinen yrittäjyys vaatii tietyt arvot, jotta yrittäjä valitsisi juuri ympäristöystävällisemmän kierrätys- ja ekodesignalan yrittäjyyden. Myös ekologisella kuluttajalla on samoja arvoja oman kulutuksensa taustalla tai syinä. Tutkimuksen myötä tulivat esille myös ekodesign- ja kierrätysalan yrittäjyyden ongelmakohdat.

Osalla kuluttajista on suuria ennakkoluuloja kierrätystä ja kierrätetyistä materiaaleista valmistettuja tuotteita kohtaan. Yksi ongelmapaikka on se, että jo pelkällä ekotuliitteella voi olla ikävä vaikutus joidenkin kuluttajien kohdalla. Esimerkiksi talonrakennukseenkin ympäristöystävällisyys on otettu mukaan kovalla insinöörikielellä. Ekologisuuden ”häivyttäminen” alkaa jo näkyä vaatetusallakin. Ekodesignin ongelmana on ollut myös sen niin kutsuttu vihreä ulkonäkö. Nykyään ekodesignia löytyy moneen

makuun, mikä mahdollistaa ekologisten vaatteiden hyväksytyksi tulemisen suuremman kuluttajajoukon parissa ja lisää tuotteiden vetovoimaa.

Vaatteita hankkiessa laadun tulisi olla ensiarvoista. Tämä näkemys tuli ilmi monen eko-designerin mielipiteestä. Designin täytyy olla harkittua, jotta tuote säilyy tyylikkäänä ja ajattomana läpi elinkaarensa. Matsinin mukaan designin täytyy myös sopia vaateen kantajalle. Kulutuksessa etenkin laadun merkitystä tulisi korostaa kuluttajille ja tuottajien tulisi valmistaa vain laadukkaita vaatteita, jotka kestävät kulutusta. Kierrätysdesignin ideologian leviämisen kannalta erittäin tärkeää olisi, että kierrätysdesignvaatteiden laatuun luotettaisiin. Aikaa ja kulutusta hyvin kestäneestä materiaalista ja vaatteesta näkee, että se tulee kestävään jatkossakin. Se onkin kierrätysdesignin uniikki laatutakuu. Ajattomuuteen liittyy termi *hidas muoti*, jolla tarkoitetaan uuden malliston suunnittelemista yhteen sopivana ajattomana linjana, jatkona edelliselle mallistolle. Ajattomuudella voi mielestäni tarkoittaa myös sitä, että kuluttaja pitää vaatteesta siinä määrin, että käyttää sitä, vaikkei se yleisen muodin mukainen olisikaan. Suojanen oli samoilla linjoilla, eli kun vaate sopii kantajansa omaan tyyliin, vaateen muodikkuuden merkitys vähenee. Tässä tapauksessa kuluttaja on hyväksynyt vaateen osaksi itseään, kuvastamaan sitä, kuka hän todella on. Tätä kautta vaate saa myös tunnearvoa ja sitä halutaan käyttää huolellisesti ja huoltaa tarpeen vaatiessa. Kaikkien vaatteiden kohdalla näin ei käy. Moni suunnittelija piti tärkeänä sitä, että kuluttaja miettii vaatehankintoja pidemmällä tähtäimellä ja löytää oman tyyliinsä, jota silloin tällöin täydennetään tarpeellisilla hankinnoilla.

Yksi vaatetusalan ongelmakohta on vaatemuodin nopea kierto. Sitä pitäisikin pyrkiä hidastamaan niin tuotannon kuin kuluttajien toimesta. Kuitenkin jonkinlainen kiertokulku vaatealalla on oltava, sillä kuluttajat haluavat vaihtelua ja kyllästyvät tuotteisiin nopeasti. Yhtenä ratkaisuna on vaatteiden helppo muunneltavuus ja monikäyttöisyys. Oma-aloitteisesti kuluttajat voivat taas laittaa osan vaatteista vähäksi aikaa ”piiloon” tai vaihdella vaatteita ystäväpiirinsä sisällä. Vuodenaikojen kiertokulun myötä tulee tietenkin harrastettua luontaista sesonkivaatteiden varastointia. Nuorille kuluttajille on haastavaa ymmärtää kohtuus vaatteiden kuluttamisessa. Ympäristön paine ja vaihtuvat vaatetrendit ohjaavat nuoria hankkimaan uusia halpoja vaatteita, jotka ovat käytössä vähän aikaa. Pian trendi taas vaihtuu ja epätrendikkäät vaatteet on myytävä pois tai heitettävä roskiin. Sama kehä toistuu vuosi vuodelta. Trendien orjallinen seuraaminen ikään kuin

kuuluukin nuoruuteen, mutta se ei ole hyvä asia ekologisen ja eettisen kuluttamisen kannalta. Ekologisen muodin kuluttajat ovat useimmiten 20-vuotiaasta ylöspäin, kun kuluttajan tietoisuus tuotteiden ympäristövaikutuksista ja eettisyydestä on jo kasvanut verrattuna nuorempaan ikäluokkaan. Uutuusarvon merkityksen väheneminen on tärkeässä asemassa uusiotuotteiden suosion kannalta. Niin kauan kuin pitää olla upouutta tehdasvalmisteista tavaraa, niin kauan sama meno tulee jatkumaan. Kaikista ekologisesti tehokkainta vaatteiden ostamisessa olisi suosia mahdollisimman lähellä tuotettuja tuotteita, joiden materiaalitkin on hankittu läheltä ja jotka myydään paikkakunnalla sen asukkaille, jolloin säästytään postituksilta ja kuljetuksilta.

Tiedostavan kuluttajan tulisi miettiä myös ekodesignin kohdalla, onko tuotteelle todella tarvetta ja käyttöä. Mikäli ekologisesti valmistettuja tuotteita kulutetaan yhtä paljon kuin muitakin, eivät ne olekaan niin ekologisia kuin alun perin oli tarkoitus. Muutenkin kuluttajien tulisi miettiä enemmän, mikä on kohtuullista ja riittävää. Ylellisyyden ei tarvitse tarkoittaa tavaroiden paljoutta, vaan se voi olla myös laatua, kaunista ja kierrätettyä tavaroiden suhteen sekä elämäntapana luonnon arvostamista, omaa aikaa, aikaa ystävien ja perheen kanssa. Vastuullisuus on levinnyt myös muotisuunnittelijoiden pariin. Esimerkiksi suunnittelija Vivienne Westwood (Parkkinen 2012, hakupäivä 18.9.2012) lanseerasi syksyn 2012 näytöksessään manifestin: ”Osta vähemmän, valitse paremmin, laita vaatteesi kestäväksi.” Westwood oli manifestinsa mukaisesti suunnitellut totuttua hillitymmän ja ajattoman malliston. Yksi tapa vähentää turhaa kulutusta on hankkia esimerkiksi kertakäyttöiset juhlavaatteet, kuten hääpuvut pukuvuokraamoista tai vaatelainaamoista. Jotta vuokraus tulisi yleisemmäksi, olisi vuokrauspalveluista tehtävä houkuttelevampia esimerkiksi juuri design-vaatteiden kautta.

Opinnäytetyön edetessä omakin tietämykseni kierrätyksestä ja siihen pohjautuvasta designista ja yrittäjyydestä on luonnollisesti syventynyt. Tietoa on kertynyt paljon laajemmin kuin mitä alun perin osasin ajatellakaan. Laadullisen tutkimuksen teko tästä aiheesta osoittautui haastavaksi osittain jo tiedon määrän vuoksi. Lopullinen idea tutkimuksestani hahmottui minulle tarkemmin vasta tiedonhaun ja keräämisen myötä. Tästä johtuen hain tietoa paljon enemmän kuin mitä sitä lopulta käytin opinnäytetyössäni. Idean kypsyminen oli hidas projekti, mutta tämä tärkeä vaihe opinnäytetyössä vaati oman aikansa. Ensiarvoista oli myös osata karsia turha tieto tekstistä, jotta kokonaisuus säilyisi johdonmukaisena. Aihe saattaa helposti alkaa viedä tutkijaansa liikaa mukanaan,

jolloin tutkijalle on tärkeää säilyttää objektiivinen ote työssään. Aihe ei kulunut loppuun ja siinä riittää tutkittavaa tulevaisuudessakin. Muun muassa kierrätys- ja ekodesignin kehittäminen ja edistäminen voisi olla tutkimisen arvoinen aihe ja omaa opinnäytetyöni tuottamaa tietoa voi mahdollisesti käyttää hyväksi tällaisen aiheen pohjustuksena. Havaitsin, että kuluttajille olisi tarpeen kertoa kierrätyksestä ja sen myönteisistä vaikutuksista mielenkiintoisella tavalla, joka tekisi kierrätyksestä positiivisen ja kiinnostavan asian kuluttajien silmissä. Kuluttajien olisi myös tärkeää ymmärtää, että pienilläkin ympäristöystävällisillä teoilla on merkitystä tulevaisuuden kannalta. Mielikuvamme maailmasta vaikuttavat siihen, millaisia mahdollisuuksia huomaamme ja mitä toimintatapoja omaksumme. Kun näkökulma muuttuu, muuttuu sen mukana myös ajatus siitä, mikä on mahdollista. (Koski ym. 2004, 20–56.)

LÄHDELUETTELO

- Aaltonen, Tapio & Junkkari, Lari 1999. Yrityksen arvot ja etiikka. Juva: WSOY.
- Aaltonen, Teija 2013. Huomisen hotellit ovat jo täällä. Ympäristötietoisuus yhä muodissa. Yhteishyvä 3/2013.
- Antila, Katja 2008. Pysäytä ilmastonmuutos: suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Anttila, Pirkko 2000. Tutkimisen taito ja tiedonhankinta. Taito-, taide- ja muotoilualojen tutkimuksen työvälineet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Attfield, Judith 2000. Wild Things. The Material Culture of Everyday Life. Oxford New York: Berg.
- Baxter-Wright, Emma & Clarkson, Karen & Kennedy, Sarah & Mulvey, Kate 2007. Vintage fashion: muodin vuosikymmenet. Helsinki: Otava.
- Brown, Sass 2010. Eco Fashion. Lontoo: Laurence King.
- Ekologia pukee vaateteollisuutta. Turun Sanomat 2009. Hakupäivä 8.4.2014.
<<http://www.ts.fi/uutiset/talous/99658/Ekologia+pukee+vaateteollisuutta>>
- Heikkilä-Rastas, Marjatta 2007. Haastetta kerrakseen! Erityisryhmien tarpeet ja kierrätysmateriaalien hyödyntäminen tekstiili- ja vaatesuunnittelussa. Lapin Yliopisto, taiteiden tiedekunnan julkaisu. Hakupäivä 15.4.2014.
<http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/67419/Haastetta_kerrakseen.pdf?sequence=1>
- Heikkonen, Jaakko 1995. Moraali ja etiikka käytännössä. Juva: Tietosanoma Oy.
- Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2010. Tutki ja kirjoita. 15.-16., uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Jansa, Kirsi 2007. Eettinen pikamuoti, lähes mahdoton yhtälö. Hakupäivä 19.12.2012.
<<http://www.kuluttaja.fi/Page/bab451be-512f-4ea3-b3ae-6ead53cc82d2.aspx>>
- Jussila, Anneli 1996. Ekologiseen elämäntapaan. Teollisesta tuotannosta käsityöläisperinteeseen. Helsinki: Yliopistopaino.
- Kaaro, Jani & Noland, Mirja 2000. Ekokatalogi 2000: ekologiset tuotteet ja palvelut. Helsinki: Like.
- Kahri, Anja Kahri, Tuomas & Marco Mäkinen 2010. Brändi kulmahuoneeseen! Porvoo: WSOY.
- Kenttä, Hannele 2014. Luovat yrittäjät yhdistävät voimansa yli rajojen. Pohjolan Sanomat 30.4.2014, O14-O15.
- Kierrätystehdas 2013. Kierrätystehtaan historia. Hakupäivä 13.2.2014.
<<http://www.kierratystehdas.fi/info/historia/>>
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2012. Eko-ostaja. Tekstiilit. Hakupäivä 1.12.2012.
<<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/tekstiilit/>>
- Kirpputorihaku 2014. Itse myyjäksi kirpputorille. Hakupäivä 14.2.2014.
<<http://www.kirpputorihaku.com/itse-myymaan>>
- Koski, Eija & Komulainen, Kati 2004. Kestävä kulutus. Suomen luonnonsuojeluliiton ry:n julkaisu. Vantaa: Dark.
- Kurkinen, Essi 2010. Vintage viettelee ompelemaan omaperäistä. Hakupäivä 13.2.2014.
<<http://www.mtv.fi/koti/sisustaminen/salat.shtml?1042783>>
- Kytöharju, Marjo 2008. Tuunaa vaatteesi uusiksi! Hakupäivä 3.4.2013.
<<http://www.kirkkojakaupunki.fi/arkisto/kaupunki-ja-ymparisto/7650/>>
- Lappalainen, Marika 2008. Yhteiskuntavastuu ja eettiset arvot. Case Rolls Royce Oy Ab. Satakunnan ammattikorkeakoulu, talouden ja hallinnan koulutusohjelma. Opin- näytetyö. Hakupäivä 16.4.2014.

- <http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/1435/Lappalainen_Marika.pdf?sequence=1>
- Leppälä, Mia 2010. Mark Suomen markkinointiliitto ry. Asiaa markkinoinnista. Eettisesti kestävä liiketoiminta peräänkuuluttaa avoimuutta ja yhteistyötä. Hakupäivä 5.4.2013. <http://www.mark.fi/markinfo_artikkeli?id=16992512&issue=16992501>
- Luutonen, Marketta 2002. Käsien tehty tulevaisuus. Helsinki: Sitra. <<http://www.sitra.fi/julkaisut/raportti24.pdf>>
- Lånegarderoben 2012. Vad är Lånegarderoben? Hakupäivä 25.10.2012. <<http://www.lanegarderoben.se/>>
- Maaranen, Emmi 2010. MTV3, Helmi. Ekomuoti jää pinnalle. Hakupäivä 24.5.2012. <<http://www.mtv.fi/lifestyle/tyyli.shtml/2010/07/1154699/ekomuoti-jaa-pinnalle>>
- Matsin, Marju 2012. Yrittäjä, Marju Matsin Design. Haaparanta. Haastattelu 26.5.2012.
- Matsin, Marju 2014. Yrittäjä, Marju Matsin Design. Haaparanta. Haastattelu 2.5.2014.
- Mattila, Maaret 2012. Teemana koulutus. Vaatteet on mun aatteet. Kemi-Tornio Kaupunkilehti 6.9.2012, 9.
- Meri-Lapin Työhönvalmennus-säätiö 2013. Meriva-myyntipiste ekomyymälä Monitarmon yhteydessä. Hakupäivä 14.2.2014. <<http://meriva.gstdomain.net/yksikot/myymala>>
- Nurmi, Annina 2011. Mikä tekee vaatteesta vihreän? Hakupäivä 14.12.2012. <<http://www.vihreatvaatteet.com/mika-tekee-vaatteesta-vihrean/>>
- Paakkunainen, Riikamaria 1995. Vaatteiden ympäristöhaitat - miten suunnittelija voi vaikuttaa. Helsinki: Erweko Painotuote Oy.
- Parkkinen, Pipsa 2012. Lontoon muotiviikot: Vivienne Westwoodin sodanjulistus. Hakupäivä 18.9.2012. <http://www.iltalehti.fi/muoti/2012091816089004_mu.shtml>
- Perälä, Jonna & Pylvänäinen, Jenni 2007. Ilmiöekodesign - vaate- ja asustemallisto kierrätysmateriaaleista. Mikkelin ammattikorkeakoulu, muotoilun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu.
- Pohjola, Aleksa 2013. Laadukas tuote kelpaa kunnostettunakin. Kertakäyttökulttuuri: nykyajan tavaroita ei tehdä kestäväksi. Pohjolan Sanomat 3.4.2013, O10-O11.
- Puukko, Raija 2010. Anna hyvän kiertää: ekoarteet omin käsin. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.
- Pyy, Outi 2012. Trashion! Tee itse huippumuotisi. Keuruu: Atena Kustannus Oy.
- Päivärinta, Hertta 2013. Uusi musta. Näin syntyi vaatelainaamo. Hakupäivä 20.5.2013. <<http://uusimusta.squarespace.com/etusivu/2011/6/13/nain-syntyi-vaatelainaamo.html>>
- Päivärinta, Hertta 2011 a. Nopsa perustaa vaatelainaamon. Hakupäivä 13.2.2014. <<http://www.nopsatravels.com/nopsa-perustaa-vaatelainaamon/>>
- Päivärinta, Hertta 2011 b. Uusi musta. Ekodesign elää, mutta ei näy. Hakupäivä 13.2.2014. <<http://uusimusta.squarespace.com/etusivu/2011/3/15/ekodesign-elaa-mutta-ei-nay.html>>
- Pääkaupunkiseudun kierrätyskeskus 2010 a. Historia. Hakupäivä 14.2.2014. <<http://www.kierratyskeskus.fi/yritys/historia>>
- Pääkaupunkiseudun kierrätyskeskus 2010 b. Plan B-uusiotuotteet. Hakupäivä 14.2.2014. <http://www.kierratyskeskus.fi/plan_b>
- Rasi, Maarit 2013. Paola Suhonen näpättyä: kymmen paita ei ole oikeudenmukainen. Hakupäivä 14.2.2014. <<http://www.mtv.fi/lifestyle/tyyli.shtml/paola-suhonen-napayttaa-kymmen-paita-ei-ole-oikeudenmukainen/2013/05/1756051>>
- Räsänen, Jenni 2007. Haastetta kerrakseen! Erityisryhmien tarpeet ja kierrätysmateriaalien hyödyntäminen tekstiili- ja vaatesuunnittelussa. Lapin Yliopisto, taiteiden tiedekunnan julkaisu. Hakupäivä 15.4.2014.

- <http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/67419/Haastetta_kerrakseen.pdf?sequence=1>
- Sadinmaa, Noora 2013. Uniikin malliston mestari. Lounais-Lappi 21.2.2013, 16.
- Sarajärvi, Anneli & Tuomi, Jouni 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 5. Uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Stena Recycling 2013. Innovatiivista kierrätystä. Hakupäivä 24.2.2014.
<<http://stenarecycling.fi/Innovatiivinen-kierratys/INNOVATIIVISTA-KIERRATYSTA/>>
- Suojanen, Ulla 1997. Vihreät tekstiilit. 2. Uudistettu painos. Helsinki: Yliopistopaino.
- Suomen käsityön museo 2008. Muotoilusanat. Kierrätysdesign. Hakupäivä 4.12.2012.
<<http://www.avoinmuseo.fi/craftmuseum/muotoilusanat/sana.php?sana=kierratysdesign>>
- Teerisuo, Irja 1952. Hoida oikein vaatteesi. Helsingin käsityönopettajaopiston julkaisuja 3. Porvoo: WSOY.
- Tegelberg, Tarja 2007. Maailmanparantajat Seija Lukkala ja Anna Huoviala. Suuri Käsityölehti (33) 2, 4-8. Vantaa: Sanoma Magazines.
- Vaara, Johanna 2010. Kestävä käsityö Suuri Käsityö-lehdessä vuosina 2000-2008. Helsingin yliopisto, käsityötieteen opettajankoulutuslaitos. Pro gradu. Hakupäivä 15.4.2014.
<<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/35924/kestavak.pdf?sequence=1>>
- Vilkka, Leena 1996. Ekologiseen elämäntapaan. Ekologia tieteenä ja ekologia elämäntapana. Helsinki: Yliopistopaino.
- Von Zweyberg, Goa 2012. Defender www-sivut. Redesign ideologia. Hakupäivä 2.4.2012. <<http://www.defender.fi/index.php?sarak=2&rivi=0&tyyppi=0&lang=fi>>
- Ympäristömerkki 2012. Tekstiilitutkimus. Tekstiilien terveys- ja ympäristövaikutukset. Kuluttajien asenteet ja tietämys. Hakupäivä 3.12.2012
<http://www.ymparistomerkki.fi/tekstiilitutkimus_2012>
- Zetterberg, Seppo 2003. Suomen historian Pikkujättiläinen. Porvoo: WSOY.

LIITELUETTELO

Liite 1. haastattelukysymykset (24.5.2012, Haaparanta)

1. Mistä olet kotoisin?
2. Millainen koulutus sinulla on?
3. Miten kiinnostuit käsityöstä alun perin?
4. Milloin olet perustanut yrityksesi?
5. Toteutetaanko kaikki tuotteet itse vai onko muuta henkilökuntaa käytössä?
6. Miten tällä alueella on ekodesignista kiinnostuneita asiakkaita?
7. Millainen design-filosofia sinulla on?
8. Millaisia materiaaleja käytät mieluiten? Mitä esimerkiksi?
9. Mitä valmistusmenetelmiä käytät tuotteissasi?
10. Mistä hankit materiaalit?
11. Mikä on haastavaa ekodesignerin työssä?
12. Mistä taidoista on erityisesti hyötyä työssä? Missä olet hyvä?

Liite 2. haastattelukysymykset (2.5.2014, Haaparanta)

1. Miten Creative North- hanke sai alkunsa? Voisiko hankkeesta päätellä, että ekologisesti toimivat yrittäjät kokevat toisensa enemmänkin yhteistyökumppaneina kuin kilpailijoina?
2. Onko tämän hankkeen tiimoilta mahdollisesti keskusteltu yleisesti ottaen kulutustottumusten muuttamisesta kestäväan suuntaan?
3. Mitä ajatuksia vastuullinen kulutus herättää sinussa?
4. Oletko huomannut muutosta kuluttamisessa tällä alueella? Onko se mahdollisesti muuttunut vastuullisemmaksi?
5. Mikä on tärkein ominaisuus valmistamissasi tuotteissa
 - a) Tuote
 - b) Palvelu
 - c) Design
 - d) Valikoima
 - e) Laatu
 - f) Kierrätysmateriaali
 - g) Eettisyys
 - h) Ympäristövaikutus
 - i) Muu, mikä?
6. Mitä lisäarvoa kierrätysmateriaali tuo tuotteeseen?
7. Mitä ideologiaa noudatat suunnittelussa ja valmistuksessa?
8. Järjestätkö vielä tuunauspajoja? Onko tuunauspajoissa materiaalimaksua? Onko tuunauspajoissa jokin yhteinen tema/kohde vai toteuttavatko osallistujat omia projektejaan?
9. Mitä hyötyä tuunauspajoista on?
10. Miten usein niitä järjestetään?
11. Kuinka paljon osallistujia on?
12. Minkä ikäisiä osallistujat ovat?
13. Miten työpajoista informoidaan mahdollisia kiinnostuneita osallistujia?